



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CONSULTORÍA (MICROEMPRESA) DE SERVICIOS
CONTABLES EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO.”**

AUTORA:

TATIANA ALEXANDRA CABEZAS RAMIREZ

RIOBAMBA - ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de investigación sobre el tema **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CONSULTORÍA (MICROEMPRESA) DE SERVICIOS CONTABLES EN EL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO.”** previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA., ha sido desarrollado por la Srta. Tatiana Alexandra Cabezas Ramírez, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Oscar Omar Espíndola Lara

DIRECTOR DE TESIS

Ing. José Luis Allauca Palta

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, TATIANA ALEXANDRA CABEZAS RAMÍREZ, estudiante de la Escuela de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA., de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que el Trabajo de Titulación que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

TATIANA ALEXANDRA CABEZAS RAMÍREZ

DEDICATORIA

A mis padres que han sido mi pilar fundamental para lograr mis metas propuestas siendo siempre mi inspiración y fuerza, supieron motivarme moral y materialmente, y a mis hermanos por brindarme siempre su apoyo y amor incondicional en cada paso de mi vida.

TATIANA

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios por ser el eje fundamental de mi vida y permitirme culminar mi carrera universitaria con éxito.

Quiero dejar constancia de gratitud a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, a la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, y de manera especial a la ESCUELA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA porque a través de sus docentes me brindaron los conocimientos necesarios; estoy consciente que en la vida profesional podre aportar grandes cambios a la sociedad.

Agradezco a aquellas personas que hicieron posible el desarrollo de esta investigación, gracias a mi director de trabajo de titulación el Ing. Oscar Omar Espíndola Lara, y a mi asesor al Ing. José Luis Allauca Palta, quienes me han dado su apoyo incondicional para de esta manera materializar mi sueño.

A mi familia por ser mi fuente de inspiración y fortaleza en cada escalón de mi vida.

MIL GRACIAS.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	
Certificación del Tribunal.....	i
Certificado de Responsabilidad.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice de Contenidos.....	v
Índice de Tablas.....	x
Índice de Ilustraciones.....	xii
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Cuadros.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	Xv
Executive Summary.....	xvi
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1. Formulación del problema.....	3
1.1.2. Delimitación del problema.....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	5
2.1. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1.1. Las PYMES.....	5
2.1.1.1. Fortalezas de las PYMES:.....	5
2.1.1.2. Debilidades de las PYMES:.....	6
2.1.1.3. Características de las PYMES:.....	6

2.1.1.4.	Aporte de las PYMES en el Ecuador:.....	7
2.1.1.5.	Conflictos externos en el desarrollo de una PYME:.....	8
2.1.1.6.	El nuevo código de la producción para las PYMES:.....	9
2.1.1.7.	El servicio de rentas internas y las PYMES:.....	10
2.1.2.	Estudio De Mercado.....	11
2.1.2.1.	Análisis Del Entorno.....	12
2.1.2.2.	Análisis De Porter En Función Al Sector.....	15
2.1.2.3.	Segmentación del Mercado.....	18
2.1.2.4.	Investigación De Mercado.....	18
2.1.2.5.	Análisis de la oferta y la demanda: determinar la demanda insatisfecha	19
2.1.3.	Direccionamiento Estratégico:.....	22
2.1.3.1.	La fuerza del nombre de la empresa.....	22
2.1.3.2.	Visión	23
2.1.3.3.	Misión.....	23
2.1.3.4.	Valores corporativos.....	23
2.1.3.5.	Plan Estratégico.....	23
2.1.3.6.	Estructura Funcional.....	26
2.1.3.7.	Localización.....	28
2.1.3.8.	Estudio Financiero.....	29
2.1.4.	Estructura Empresarial.....	31
2.1.4.1.	Aspectos Legales.....	31
2.2.	MARCO CONCEPTUAL.....	43
2.3.	HIPÓTESIS.....	50
2.3.1.	Hipótesis Principal.....	50
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		52
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
3.1.1.	Tipos De Investigación.....	52
3.2.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	53

3.3.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	53
3.3.1.	Fuentes Primarias.....	54
3.3.2.	Fuentes Secundarias.....	54
3.4.	VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER	55
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO		56
4.1.	TITULO.....	56
4.2.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	56
4.3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	56
4.3.1.	Análisis Del Entorno.....	59
4.3.1.1.	Macroentorno:.....	59
4.3.1.2.	Microentorno.....	69
4.3.2.	Análisis De Porter En Función Al Sector.....	69
4.3.3.	Segmentación del Mercado	73
4.3.4.	Investigación De Mercado.....	74
4.3.4.1.	Diseño de la Investigación de Mercado.....	74
4.3.4.2.	Tipo de muestreo.....	75
4.3.4.3.	Tamaño de la Muestra.....	75
4.3.4.4.	Selección de la muestra:.....	76
4.3.4.5.	Cálculo de la Muestra.....	77
4.3.4.6.	Diseño del formulario.....	78
4.3.4.7.	Tabulación y Análisis.....	79
4.3.4.8.	ENCUESTA.....	80
4.3.4.9.	Análisis de las Encuestas General.....	83
4.3.5.	Análisis De La Demanda.....	96
4.3.5.1.	El Mercado Meta.....	97
4.3.5.2.	Determinación de la demanda.....	98
4.3.6.	Análisis De La Oferta.....	101
4.3.7.	Determinación De La Demanda Insatisfecha.....	102
4.4.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	103
4.4.1.	Presentación De La Empresa.....	103
4.4.1.1.	Logotipo.....	103
4.4.1.2.	Misión.....	104

4.4.1.3.	Visión.....	105
4.4.1.4.	Valores Corporativos.....	106
4.4.1.5.	Plan Estratégico.....	108
4.4.1.6.	Planes De Acción.....	109
4.4.1.7.	Balanced Scorecard.....	114
4.5.	ESTUDIO TÉCNICO.....	117
4.5.1.	Estudio De Localización.....	117
4.5.1.1.	Macrolocalización.....	117
4.5.1.2.	Microlocalización.....	119
4.5.2.	Recursos	119
4.5.2.1.	Recursos Humanos.....	120
4.5.2.2.	Recursos Materiales.....	121
4.5.2.3.	Recursos Financieros:.....	125
4.5.2.4.	Recursos Económicos.....	126
4.5.3.	Cadena De Valor.....	126
4.5.4.	Propuesta Estratégica S/M Porter.....	139
4.5.5.	Plan de Marketing.....	140
4.5.5.1.	Producto.....	141
4.5.4.2.	Precio.....	143
4.5.4.3.	Plaza.....	144
4.5.4.4.	Promoción.....	145
4.6.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.....	146
4.6.1.	Evaluación Económica Y Financiera.....	146
4.6.2.	Determinación De Inversiones.....	147
4.6.2.1.	Inversión Inicial.....	147
4.6.2.2.	Inversión Total.....	151
4.6.3.	Presupuesto De Ingresos Y Egresos.....	152
4.6.3.1.	Presupuesto de Ingresos.....	153
4.6.3.1.1.	Proyección de Ventas.....	153
4.6.3.2.	Presupuesto de Egresos.....	154
4.6.3.2.1.	Costos y Gastos Detallados.....	154
4.6.3.3.	Gastos de Depreciación.....	155

4.6.3.4.	Gastos de Amortización.....	157
4.6.4.	Estados Financieros Proyectados.....	157
4.6.4.1.	Estado de Perdidas y Ganancia.....	157
4.6.4.2.	Estado de Situación Inicial.....	158
4.6.4.3.	Flujo de Efectivo.....	159
4.6.5.	Punto De Equilibrio.....	160
4.6.6.	Evaluación Económica.....	161
4.6.6.1.	Tasa Mínimo Aceptable de Rendimiento.....	161
4.6.6.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN)	162
4.6.7.	Análisis.....	162
	CONCLUSIONES.....	163
	RECOMENDACIONES.....	164
	BIBLIOGRAFÍA.....	165
	LINOGRAFÍA.....	167
	ANEXOS.....	168

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Número de Empresas y Generación de Empleo.....	08
Tabla 2: Estructura Funcional.....	26
Tabla 3: Registro Diario de Ingresos.....	37
Tabla 4: Registro Diario de Egresos.....	37
Tabla 5: Clasificación de las PYMES.....	57
Tabla 6: Formación de las PYMES.....	57
Tabla 7: Uso de Internet Según el Total del Personal Ocupado.....	67
Tabla 8: Variables Para Muestreo.....	75
Tabla 9: Total de Población.....	76
Tabla 10: Actividades de la Población en el Cantón Guano.....	77
Tabla 11: Conocimiento de Contabilidad, Tributación y Finanzas.....	83
Tabla 12: Control de Contabilidad, Tributación y Finanzas.....	84

Tabla 13: Importancia de la Asesoría Contable, Financiera y Tributaria.....	86
Tabla 14: Contratar Servicios Contables, Financieros y Tributarios.....	87
Tabla 15: Que busca al Contratar Contables, Financieros y Tributarios.....	88
Tabla 16: Características de los Servicios.....	90
Tabla 17: Beneficios al Contratar.....	92
Tabla 18: Elementos que Determinan el Costo.....	93
Tabla 19: Demanda Insatisfecha.....	102
Tabla 20: Personal.....	120
Tabla 21: Muebles de Oficina de La Consultoría “La Moneda”.....	122
Tabla 22: Equipos de Oficina de La Consultoría “La Moneda”.....	123
Tabla 23: Equipos de Computación y Software de La Consultoría “La Moneda”.....	124
Tabla 24: Suministros De Oficina de La Consultoría “La Moneda”.....	124
Tabla 25: Símbolos.....	128
Tabla 26: Inversión Inicial.....	147
Tabla 27: Gastos de Constitución.....	148
Tabla 28: Gastos de Adecuación.....	148
Tabla 29: Activos fijos.....	149

Tabla	30:	Suministros	de
Oficina.....			
			150
Tabla	31:	Capital	de
Trabajo.....			
			151
Tabla	32:		Inversión
Total.....			
			152
Tabla			33:
Cliente.....			
			153
Tabla 34: Precio.....			153
Tabla	35:		Ingreso
Mensual.....			
			153
Tabla	36:		Ingreso
Anual.....			
			154
Tabla	37:	Costos	y
Totales.....			Gastos
			154
Tabla	38:	Costo	de
Producción.....			
			154
Tabla	39:		Gastos
Administrativos.....			
			155
Tabla	40:	Gastos	de
Venta.....			
			155
Tabla 41: Depreciación de Muebles de Oficina y Equipos de Oficina.....			
			156
Tabla 42: Depreciación Equipo de Cómputo y Software.....			
			157
Tabla	43:	Gastos	de
Amortización.....			
			157
Tabla	44:	Estado	de
Ganancias.....			Perdidas
			Y
			157
Tabla	45:	Flujo	de
Efectivo.....			
			159

Tabla	46:	Punto	de		
Equilibrio.....			160		
Tabla	47:	Tasa	Mínimo	Aceptable	de
Rendimiento.....			161		
Tabla	48:	TIR	Y		
VAN.....			162		

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Barreras de Entrada.....	17
Ilustración 2: Proceso de Investigación de Mercado.....	19
Ilustración 3: Análisis de la oferta y la demanda.....	20
Ilustración 4: Visión.....	23
Ilustración 5: Misión.....	23
Ilustración 6: Planificación Estratégica.....	24
Ilustración 7: Estructura Funcional.....	26
Ilustración 8: Factores Proceso Productivo.....	29
Ilustración 9: Estudio Financiero.....	31
Ilustración 10: Responsabilidades de los Contribuyentes.....	33

Ilustración 11: Tipos de Investigación.....	52
Ilustración 12: Criterios de Sustitución.....	73
Ilustración 13: Mapa Estratégico.....	115
Ilustración 14: Proceso de Atención al Cliente.....	130
Ilustración 15: Proceso de Recepción de Datos.....	131
Ilustración 16: Proceso de Análisis de Datos y Distribución.....	132
Ilustración 17: Proceso Básico.....	133
Ilustración 18: Proceso Básico.....	134
Ilustración 19: Cobro de Servicio y Entrega de Documentos.....	135
Ilustración 20: Gestión de Relaciones, Participación en ferias.....	136
Ilustración 21: Atención al Cliente, Evaluación de la Calidad.....	137
Ilustración 22: Flujograma General.....	138
Ilustración 23: Flujograma General.....	140
Ilustración 24: Las 4 P's.....	141
Ilustración 25: Las 4 P's.....	142
Ilustración 26: Costo Servicio.....	144

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Requisitos para la inscripción de Personas Naturales.....	34
Gráfico 2: Personas Naturales.....	36
Gráfico 3: División Política del Cantón Guano.....	60
Gráfico 4: Empresas por Provincias.....	61
Gráfico 5: Establecimientos por Actividad Económica.....	61
Gráfico 6: Establecimientos por Sector Económico.....	62
Gráfico 7: Clasificación por Ventas.....	62
Gráfico 8: Empresas por Rango de Personas Afiliadas.....	63
Gráfico 9: Personal Afiliado por Género.....	64
Gráfico 10: Personal Afiliado por Provincia y Género.....	64

Gráfico 11: Utilización de Internet Según Tipo de Empresas.....	66
Gráfico 12: Empresas con Internet por Provincias.....	68
Gráfico 13: Empresas Innovadoras por Actividad Económica.....	68
Gráfico 14: Actividades que se Dedican los Chimboracenses.....	70
Gráfico 15: Conocimiento de Contabilidad, Tributación y Finanzas.....	83
Gráfico 16: Control de Contabilidad, Tributación y Finanzas.....	85
Gráfico 17: Importancia de la Asesoría Contable, Financiera y Tributable.....	86
Gráfico 18: Contratar Servicios Contables, Financieros y Tributarios.....	87
Gráfico 19: Que busca al Contratar Contables, Financieros y Tributarios.....	89
Gráfico 20: Características de los Servicios.....	90
Gráfico 21: Beneficios al Contratar.....	92
Gráfico 22: Beneficios al Contratar.....	94
Gráfico 23: Empresas Nacionales por Tamaño.....	98
Gráfico 24: Aporte Generación de Empleo.....	99
Gráfico 25: Aporte Generación de Ventas.....	99
Gráfico 26: Microempresas a Nivel Nacional.....	100
Gráfico 27: Pequeñas y Medianas Empresas a Nivel Nacional.....	101
Gráfico 28: Demanda Insatisfecha.....	103
Gráfico 29: Logotipo de la Microempresa.....	103
Gráfico 30: Provincia de Chimborazo.....	118
Gráfico 31: Cantón Guano.....	118
Gráfico 32: Ubicación de la Microempresa.....	119
Gráfico 33: Prototipo de La Consultoría “La Moneda”.....	121
Gráfico 34: Cadena de Valor de La Consultoría “La Moneda”.....	127
Gráfico 35: Punto de Equilibrio.....	161

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Misión.....	104
Cuadro 2: Visión.....	105
Cuadro 3: Plan de Acción N° 1.....	110

Cuadro 4: Plan de Acción N° 2.....	111
Cuadro 5: Plan de Acción N°3.....	112
Cuadro 6: Plan de Acción N°4.....	113
Cuadro 7: Balanced SCORECARD.....	116

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría; contable, de mercadeo y en gerencia para las pequeñas y medianas empresas y a profesionales ubicados en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

La creación de esta microempresa obedece a la necesidad que tienen las empresas y profesionales de contar con personas idóneas que posean el respectivo conocimiento en las áreas contable, financiera, administrativa y de mercadeo, que les brinden un soporte y orientación en el desarrollo de sus diferentes procesos de gestión con el objetivo de lograr sostenibilidad en el corto y largo plazo, mediante la ejecución de un diagnóstico de viabilidad que permita identificar las debilidades, ofrecer alternativas adecuadas para lograr la correcta ejecución de los procesos y apoyar a empresas en la consecución de sus objetivos orientada siempre a generar valor.

Los servicios de consultoría se orientan hacia este mercado donde las empresas tienen muy buenas proyecciones de negocio y reciben atractivos beneficios que les permiten generar empleo y desarrollo.

Una vez finalizado el presente estudio, se concluye que la propuesta de la creación de una microempresa que cumpla con las exigencias reglamentarias emitidas por el gobierno Ecuatoriano para su funcionamiento, ha demostrado ser viable, puesto que cumple con los parámetros administrativos financieros inherentes al proyecto.

SUMMARY

The present investigation carried out a feasibility study for the creation of a consulting services microenterprise; accounting, marketing and management for small and medium companies and professionals, located in the Guano county, Chimborazo province.

The creation of the microenterprise responds to the need for companies and professionals of have with qualified persons who possess the relevant knowledge in the areas accounting, financial, administrative and marketing, providing them with a support and guidance in the development of their different management processes with the goal of achieving sustainability in the short and long-term, through the implementation of a viability diagnosis that allows to identify the weaknesses, offering adequate alternatives to get the correct execution of the processes and supporting companies in achieving their goals focused always to generate value.

The consulting services are directed to this market, where companies have very good prospects of business and receive attractive benefits that allow them to generate employment and development.

This study concluded that, the proposal for the creation of a consulting services microenterprise complies with the regulations requirements issued by the Ecuadorian government for its operation, has been shown to be feasible, since it has the administrative financial parameters inherent in the project.

INTRODUCCIÓN

El asesoramiento contable, tributario y financiero en nuestro país, ha sido utilizado básicamente por las empresas grandes y medianas. Con menor frecuencia las pequeñas empresas y en pocas ocasiones las microempresas.

En la actualidad las PYMES revelan la necesidad de estar preparados para asumir los nuevos retos que se derriban de la cultura tributaria implementada por el Servicio de Rentas Internas y por la búsqueda de procesos económicos y financieros eficientes, del cual depende mucho el futuro y desarrollo de la empresa.

La presente investigación se centra en la creación de una microempresa de asesoría contable, en el Cantón Guano, se ocupará de prestar los servicios de asesoría a las PYMES y profesionales.

La creación de una Consultoría de servicios Contables para PYMES, permitirá a las mismas contar con un aliado estratégico que contribuya a una mejoría notable de sus procesos de trabajo, enmarcados en la ley y con la rapidez y oportunidad que el mundo actual lo requiere, con la convicción de que se puede ofrecer un servicio profesional y de calidad y con un rápido retorno de la inversión

Esta propuesta está distribuida en cuatro capítulos que se detallan a continuación:

En el CAPÍTULO I se describe el punto de partida de la investigación a través del diagnóstico del problema, el origen de cierta dificultad que se trata de solucionar, estableciéndose las metas que se pretende alcanzar.

En el CAPÍTULO II se procede a la descripción de los aspectos teóricos conceptuales que han sido planteados por varios autores, que permiten la construcción de un nuevo conocimiento relacionado al tema tratado; el cual evidencia a través de una secuencia detallada los elementos que se ven involucrados en el proceso de la investigación.

En el CAPÍTULO III se aborda la metodología de la investigación que representa un enfoque paradigmático que se asume para la planeación del proceso que se ejecutará; describiendo la modalidad, los tipos de investigación, las herramientas que se emplearán, la población y muestra, y la verificación de la idea a defender.

El CAPÍTULO IV comprende la propuesta, que está representada por la ejecución de un estudio de factibilidad; partiendo desde el conocimiento del mercado actual en nuestro país, así como, un análisis del microentorno, también se realiza un análisis de la oferta y la demanda que nos permitirá establecer la demanda insatisfecha, como también se establece el direccionamiento estratégico de la microempresa, se define la misión, la visión, los valores corporativos, el plan estratégico, los planes de acción, el Balanced Scorecard y el mapa estratégico, así como presentar un estudio técnico, económico y financiero, siempre apegados a las leyes y reglamentos actuales.

Finalmente se manifiestan las conclusiones y recomendaciones generales de la investigación, la bibliografía empleada como fuente de consulta y los anexos que sustentan gran parte del proceso realizado.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Formulación del problema

¿De qué manera el estudio de factibilidad para la creación de una consultoría (microempresa) de servicios contables en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, ayudará a minimizar el índice de problemas contables, financieros y tributarios a nivel microempresarial?

1.1.2. Delimitación del problema

Campo: Investigación

Área: Proyectos

Aspecto: Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa.

Temporal: Año 2015

Espacial: Provincia de Chimborazo, Cantón Guano.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica su emprendimiento desde la perspectiva teórica, ya que se aprovechará todo el contenido teórico referencial existente sobre proyectos de factibilidad (emprendimientos) a fin de aprovechar y adaptarlo a las necesidades y requerimientos de la presente investigación, de tal forma que se logre articular un proyecto de factibilidad sustentable que haga posible la creación de esta empresa de consultoría de servicios contables y tributarios en el cantón Guano.

En el ámbito metodológico, se pretende utilizar todas las herramientas, métodos y técnicas de investigación existentes, de tal forma que permita recabar información veraz, objetiva, concisa, precisa y confiable, a fin de resumirlo en un proyecto de factibilidad

lo

suficientemente bien estructurado que conlleve a la creación de la consultoría de servicios contables en el cantón Guano.

El presente tema de investigación, se podrá poner en práctica los conocimientos adquiridos durante mi formación académica en el afán de estructurar el proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de consultoría; más allá de que será una oportunidad para adquirir nuevos conocimientos fruto de la experiencia y la vida real, ya que permitirá estructurar un proyecto de factibilidad, en el que se parta haciendo un estudio de mercado, un estudio técnico y un estudio económico que permitan determinar la viabilidad para la creación de esta microempresa de Consultoría de Servicios Contables.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una Consultoría (Microempresa) de Servicios Contables en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, para ofrecer servicios especializados en áreas contables, tributarias, administrativas y de formulación de proyectos de factibilidad.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el marco teórico que sirva de sustento para la creación de una microempresa, sirviéndonos para el efecto de cuanto material bibliográfico y de investigación existe sobre el tema de proyectos.
- Aprovechar los diferentes métodos y técnicas de Investigación existentes a fin de recabar información objetiva, veraz, oportuna y precisa que permita concluir en un proyecto de factibilidad para la creación de una consultoría (microempresa) de servicios contables para PYMES en la ciudad de Guano.
- Determinar la viabilidad: económica, técnica y social para la creación de una Consultoría (Microempresa) de Servicios Contables para PYMES en el Cantón Guano, especializada en áreas contables, tributarias, administrativas y de formulación de proyectos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. LAS PYMES

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

2.1.1.1. Fortalezas de las PYMES:

- Representan el 95% de las unidades productivas
- Generan el 60% del empleo
- Participan del 50% de la producción

- Amplio potencial redistributivo
- Capacidad de generación de empleo
- Amplia capacidad de adaptación
- Flexibilidad frente a los cambios
- Estructuras empresariales horizontales

2.1.1.2. Debilidades de las PYMES:

- Insuficiente y/o inadecuada tecnología y maquinaria para la fabricación de productos
- Insuficiente capacitación del talento humano.
- Insuficiencia de financiamiento.
- Insuficiente cantidad productiva
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en otros países.

2.1.1.3. Características de las PYMES:

- Al ser una empresa en desarrollo sus principales características consisten:
- Requieren de exigencias técnicas, de calidad y legales.
- Escasa capacidad de negociación.
- Inexistencia de estrategias globales de internacionalización
- Débiles encadenamientos productivos-materias primas
- Costos elevados por desperdicio de materia prima.
- Insuficiente cantidad productiva para exportar.

- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en empresas grandes.

2.1.1.4. Aporte de las PYMES en el Ecuador:

Gispert Carlos señala que en Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

- ❖ **Microempresas:** Emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
- ❖ **Talleres artesanales:** Se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.
- ❖ **Pequeña Industria:** Puede tener hasta 50 obreros.
- ❖ **Mediana Industria:** Alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.
- ❖ **Grandes Empresas:** Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos. El número de empresas y su participación en la generación de empleo, se resume así: (Gispert Carlos. Enciclopedia práctica de la Pequeña y Mediana Empresa. 2da Edición)

Tabla 1: Número de Empresas y Generación de Empleo

SECTOR	DE EMPRESAS	EMPLEADOS POR EMPRESA	TRABAJADORES
PYMES	15.000	22	330.000
Artesanías	200.000	3	600.000
Microempresas	252.000	3	756.000
TOTAL	467.000		1.686.000
1. Las principales diferencias con la gran industria son:			
	%DE ESTABLECIMIENTOS	%PERSONAL OCUPADO	
PYMES	84.3	37.7	
GRAN DUSTRIA	15.7	62.3	

FUENTE: Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

2.1.1.5. Conflictos externos en el desarrollo de una pyme:

El dilatado proceso para obtener un “permiso previo de importación”, obstaculiza, eleva los costos y desmotiva a que los pequeños industriales realicen inversiones para ampliar su producción hacia mercados externos.

Las normas sanitarias y las exageradas normas de calidad que tiene que cumplir un pequeño industria para exportar y los trámites burocráticos alrededor de ellos, constituyen aspectos que son muy difícil superarlos.

En muchos casos es evidente el incumplimiento de los compromisos de integración, lo que da un descrédito a los acuerdos comerciales de carácter bilateral y multilateral, ante lo cual se hace notorio el escepticismo de producir para exportar.

Otras de las dificultades es que los medios de transporte terrestre, aéreo, marítimo, y de comunicación, hasta ahora no operan con calidad y cobertura, lo que entorpece el contacto y la información diaria que deben tener las empresas para concretar sus negocios.

2.1.1.6.El nuevo código de la producción para las PYMES:

El Código de la Producción (2014) señala que dedica varias secciones para hablar de la importancia de las PYMES y a fomentar políticas económicas de ayuda para las PYMES del país.

Aquí citas del código para su análisis.

El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de PYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las PYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.

- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo PYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.
- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las PYMES en el comercio internacional.
- Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las PYMES.
- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las PYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.
- Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las PYMES.
- Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las PYMES. (Código de la Producción 2014)

2.1.1.7.El servicio de rentas internas y las PYMES:

El SRI (2015) manifiesta que las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o

añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

El SRI clasifica a las PYMES en personas naturales o sociedades, de acuerdo a su organización, pero no existen en el país créditos tributarios especiales, impuestos reducidos, ampliación de tiempos de pago de impuesto especiales para PYMES.

Inclusive, uno de los más grandes problemas para las PYMES radica en tener que pagar IVA sobre ventas que no han cobrado. Por ejemplo, una PYME puede facturar y dar 90 días de crédito a su cliente, pero el SRI máximo otorga 60 días, por lo que las PYMES, así como las grandes empresas, deben pagar IVA que aún no han cobrado.

En otros países, como en los Estados Unidos, se maneja tributación para PYMES sobre la contabilidad de caja o efectivo y no la contabilidad tradicional. ¿Qué quiere decir esto? Básicamente que las empresas tienen la opción de decidir cuándo tributar, si cuando pasa o se registra la transacción (el caso de la factura realizada pero no cobrada) o cuando se hace el intercambio de dinero (cuando se ha cancelado la factura). Esto ayuda a las empresas a mantener mejor liquidez al pagar solo los impuestos que han sido generados o recaudados. SRI (2015)

2.1.2. Estudio De Mercado

En el estudio de mercado se procede a recopilar, registrar y analizar datos que se relacionan con el segmento de mercado que interesa. Esto permitirá obtener opiniones, sobre cuáles serán los mecanismos para llegar a superar las expectativas del cliente.

Como estrategias para incrementar la participación en el mercado o buscar posicionamiento, se puede utilizar los elementos de la mezcla de mercadotecnia, conocido como Marketing Mix (4p's= producto, precio, plaza, promoción), es fundamental que exista coherencia entre ellos, así como, con el segmento que se quiere tomar, el mercado objetivo de la empresa.

RELACIÓN DE LAS CUATRO P'S

❖ Producto o servicio:

El producto es el bien o servicio que debe cumplir con las características necesarias para satisfacer y beneficiar al consumidor del segmento al cual sirve la empresa. El producto tiene un ciclo de vida que empieza con la introducción o lanzamiento al mercado, crecimiento, madurez y decadencia.

El reto es crear una diferenciación importante y distinta del servicio. Ésta puede ser: física, de disponibilidad, de servicio, de precio, de imagen.

❖ Precio:

El precio se distingue de los otros tres elementos porque genera ingresos en cambio los otros generan (costos). Para establecer el precio de un producto se debe tomar en cuenta: todos los valores invertidos en su producción (costo), los gastos administrativos y de ventas, los márgenes de utilidad esperados, la competencia, sus acciones en el mercado y sus precios, la oferta y demanda del producto, así como; la psicología del cliente.

❖ Plaza: “Distribución”

Toda empresa debe decidir cómo hacer accesibles sus bienes en el mercado objetivo. Existen dos opciones: Vender directamente y/o vender a través de intermediarios. La empresa deberá decidir las formas o los canales más eficientes y oportunos por los cuales llegan los productos al cliente.

❖ Promoción o publicidad:

Comprende todas aquellas herramientas de comunicación que pueden comunicar un mensaje a una audiencia-objetivo. Se busca comunicar al cliente potencial las características y beneficios del producto.

2.1.2.1. Análisis Del Entorno

Para crear un plan de mercadeo eficiente, se precisa realizar el análisis del mercado, mediante el desarrollo de los siguientes elementos: balance situacional, segmentación de mercados, determinación del mercado meta y propuesta estratégica comercial.

Para realizar el balance situacional es necesario considerar el Macroentorno y el Microentorno.

MACROENTORNO:

Es fundamental hacer un análisis del entorno macroeconómico, y conocer cuáles son las características actuales imperantes en el mundo y particularmente en el país. Para lo cual es necesario analizar los siguientes factores:

❖ Demográfico:

El análisis demográfico para conocer las características de la población como son: tamaño, densidad, educación, empleo, desempleo, migración entre otros. Nos permitirá identificar y describir el mercado meta al cual se dirigirá nuestro producto o servicio.

❖ Económico:

Es importante realizar un análisis económico para conocer el comportamiento de las variables macroeconómicas como son: la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico. Lo cual permitirá determinar las condiciones económicas de la población y su disposición para gastar el dinero; además, se podrá definir las estrategias necesarias para ofrecer un servicio competitivo, poniendo especial atención en sus competidores y los consumidores meta.

❖ Socioculturales:

El entorno cultural afecta los valores, las percepciones, preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad.

Los seres humanos poseen dos tipos de creencias y valores:

- 1.- Los fundamentales que han sido transmitidos por sus antepasados y reforzados por el medio ambiente que les rodea.
- 2.- Secundarios que podrían llegar a ser cambiados y por lo tanto se puede trabajar sobre ellos, estimulando el cambio.

❖ **Legales:**

El ámbito legal de un país determina la forma como se conducen los individuos de la sociedad. La aplicación de las leyes cumple tres propósitos: fomentar la competencia, proteger a las empresas unas de otras; asegurar mercados justos para los bienes y servicios, resguardando a los consumidores; y, salvaguardando los intereses de la sociedad como un todo.

❖ **Político:**

El proceso o clima político puede influir de manera considerable en las actividades de una organización y su futuro. Por lo cual será pertinente hacer un análisis.

❖ **Ambiental:**

Las actividades sociales de una empresa deben ser compatibles y amigables con el medio ambiente, la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas.

❖ **Tecnología:**

El avance tecnológico ha provocado un cambio en el desarrollo organizacional. El desarrollo tecnológico provee de herramientas para la investigación y desarrollo de nuevos procesos, productos o servicios. La nueva tecnología crea nuevos mercados y oportunidades.

MICROENTORNO:

Michael Porter en su libro Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia, señala que “existen cinco fuerzas que determinan la rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

2.1.2.2. Análisis De Porter En Función Al Sector

❖ Amenaza de entrada de nuevos competidores

El mercado o el segmento no son atractivos, dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

❖ La rivalidad entre los competidores

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

❖ Poder de negociación de los proveedores

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

❖ **Poder de negociación de los compradores:**

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

❖ **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:**

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva:

Ilustración 1: Barreras de Entrada



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

2.1.2.3.Segmentación del Mercado

Una empresa debe conocer el mercado al cual sirve, ya que le permitirá encontrar mecanismos para adecuar su oferta y su estrategia de marketing a sus exigencias.

Los negocios actuales enfrentan tres retos y oportunidades importantes: globalización, adelantos tecnológicos y desregulación.

Para cada mercado meta que escoge una empresa crea una oferta que se posiciona en la mente de los compradores como algo que proporciona ciertos beneficios centrales. Se debe tratar de entender las necesidades, deseos y exigencias del mercado meta. Un producto u oferta tendrá éxito si proporciona valor y satisfacción al comprador meta.

Es necesario segmentar o dividir el mercado en grupos o segmentos con necesidades homogéneas con cuyos integrantes tienen necesidades similares. Para lo cual se debe definir los perfiles de los segmentos considerando las características que nos interesan y que las estableceremos a través de nuestra investigación de mercados, que permitirá responder a las siguientes preguntas: “a quien podemos alcanzar con nuestros productos, a quien se los venderemos, como son esos clientes, cuál es su perfil, donde están localizados, es decir seleccionar el mercado objetivo”.

2.1.2.4. Investigación De Mercado

Una investigación de mercados eficaz debe seguir un proceso que consta de cinco pasos:

Ilustración 2: Proceso de Investigación de Mercado



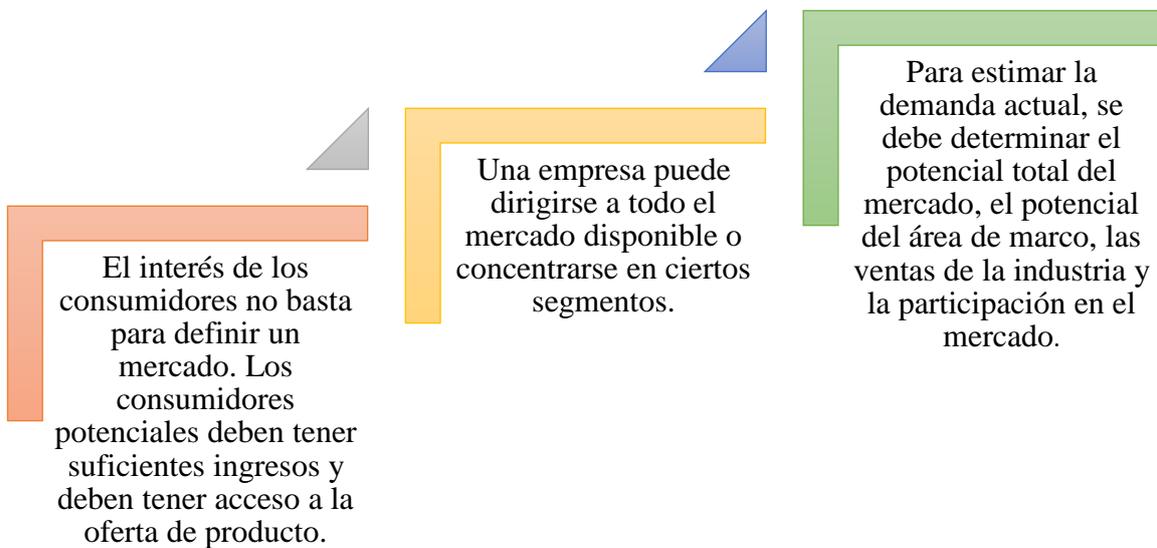
ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Al terminar la investigación de mercado, es posible medir sus oportunidades y decidir en qué mercado ingresar.

2.1.2.5. Análisis de la oferta y la demanda: determinar la demanda insatisfecha:

El tamaño de un mercado depende del número de compradores que podría haber para una oferta de mercado dada. El mercado potencial es el conjunto de consumidores que manifiestan un nivel de interés suficiente por una oferta de mercado.

Ilustración 3: Análisis de la oferta y la demanda



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Para estimar la demanda futura, las empresas sondean las intenciones de compra de los compradores, piden el aporte de su fuerza de ventas, recaban opiniones de expertos o realizan pruebas de mercado. Los modelos matemáticos, técnicas estadísticas, avanzadas y procedimientos de recolección de datos computarizados son indispensables en la preparación de todo tipo de pronósticos de demanda y de ventas.

Las empresas por lo regular son más eficaces cuando se dirigen a mercados específicos, para lo cual se requiere tres actividades; segmentación de mercados, selección de mercados meta y posicionamiento en el mercado, es posible seleccionar mercados meta en cuatro niveles: segmentos, nichos, áreas locales e individuos.

Hay dos bases para segmentar los mercados de consumo: características de los consumidores y respuestas de los consumidores.

Las principales variables de segmentación para los mercados son geográficas, demográficas, sicográficas y conductuales. Para que un segmento de mercado sea útil tienen que ser medible, sustancial, accesible, diferenciable y susceptible de acción.

Una vez que la empresa ha identificado sus oportunidades en cuanto a segmentos del mercado, tiene que evaluar los diversos segmentos y decidir a cuantos y a cuales

dirigirse. Al evaluar los segmentos, la empresa debe examinar los indicadores de atractivo del segmento y los objetivos y recursos de la empresa. Al escoger los segmentos a los que se dirigirá, la empresa puede optar por centrarse en un solo segmento, en varios segmentos, en un producto específico, en un mercado específico o en todo el mercado.

Establecer las estrategias de mercado para la diferenciación del servicio. Creando identidad para la oferta, que la separe de la competencia.

❖ **Posicionamiento**

Trout & Ries en su libro posicionamiento: la batalla por su mente, señalan que el posicionamiento comienza con un producto (una mercancía, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona), pero no es lo que se hace con un producto, sino como posiciona el producto en la mente del cliente.

En el posicionamiento hay modificaciones hechas en el nombre, el precio y el empaque pero no son cambios en el producto. Son sólo modificaciones superficiales, realizadas para garantizar una posición importante en la mente del prospecto.

El enfoque básico del posicionamiento no es crear algo nuevo y distinto, sino manejar lo que ya está en la mente. Se debe ser selectivo concentrarse en objetivos precisos y practicar la segmentación. La estrategia fundamental de marketing debe ser “reposicionar a la competencia”.

Es importante saber lo que hay en la mente del cliente sobre lo que ofrece la competencia, mediante una investigación sobre el posicionamiento formal que es útil para desarrollar una estrategia.

La clase de ideas sencillas que funcionan en la actualidad. Conceptos simples dichos con palabras sencillas y empleadas con franqueza. Un anuncio debe ser tan sencillo como para que el mismo sea la estrategia.

Concentrar la atención en la competencia y explorar el mercado. Buscar las debilidades de la competencia para explotarla y aprender a sortear las fortalezas de la competencia.

- Se debe escoger un nombre que diga al cliente prospecto cual es la principal ventaja del producto. Un nombre sólido, genérico y descriptivo obstaculizará la entrada de la competencia a nuestro mercado. Un buen nombre es el mejor seguro para el éxito a largo plazo. (Al Ries, Trout Jack, (2002). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. Editorial McGraw-Hill)

2.1.3. Direccionamiento Estratégico:

Gerry Johnson y Kevan Scholes en su libro *Dirección Estratégica*, señalan que la dirección estratégica, abarca la organización en su totalidad; así, como en gestionar el proceso de toma de decisiones estratégicas.

La dirección estratégica incluye el análisis estratégico, la elección estratégica y la implementación de la estrategia. Este proceso permitirá establecer la posición estratégica de la organización, su valoración, la elección y la implantación de la estrategia. (Gerry Johnson y Kevan Scholes 2006)

2.1.3.1. La fuerza del nombre de la empresa:

El nombre es el gancho del que cuelga la marca en la escalera de productos que el cliente prospecto tiene en mente. En la Era del posicionamiento, la decisión de marketing más importante que se puede tomar es el nombre del producto.

2.1.3.2. Visión:

Se debe proceder a la elaboración de la Visión para la empresa, ésta encaminará todos nuestros esfuerzos y trabajo de una manera adecuada, es la imagen a futuro de lo que deseo para la empresa, es la declaración amplia y suficiente de donde quiero que la organización esté.

Ilustración 4: Visión

La visión señala el rumbo, la dirección. Es el lazo que une el presente y el futuro de la empresa.

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

2.1.3.3.Misión:

En cuanto a lo relacionado a la misión está dirigida a encaminar correctamente los esfuerzos y manejo de las actividades de la empresa que es servir a las PYMES, ser el vínculo entre los organismos estatales de control y las PYMES, ser una organización que contribuya al desarrollo del país con la generación de fuentes de empleo y aportando en la difusión de una cultura tributaria.

Ilustración 5: Misión

“Es lo que debemos hacer todos los días: para llegar a cumplir la visión”

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

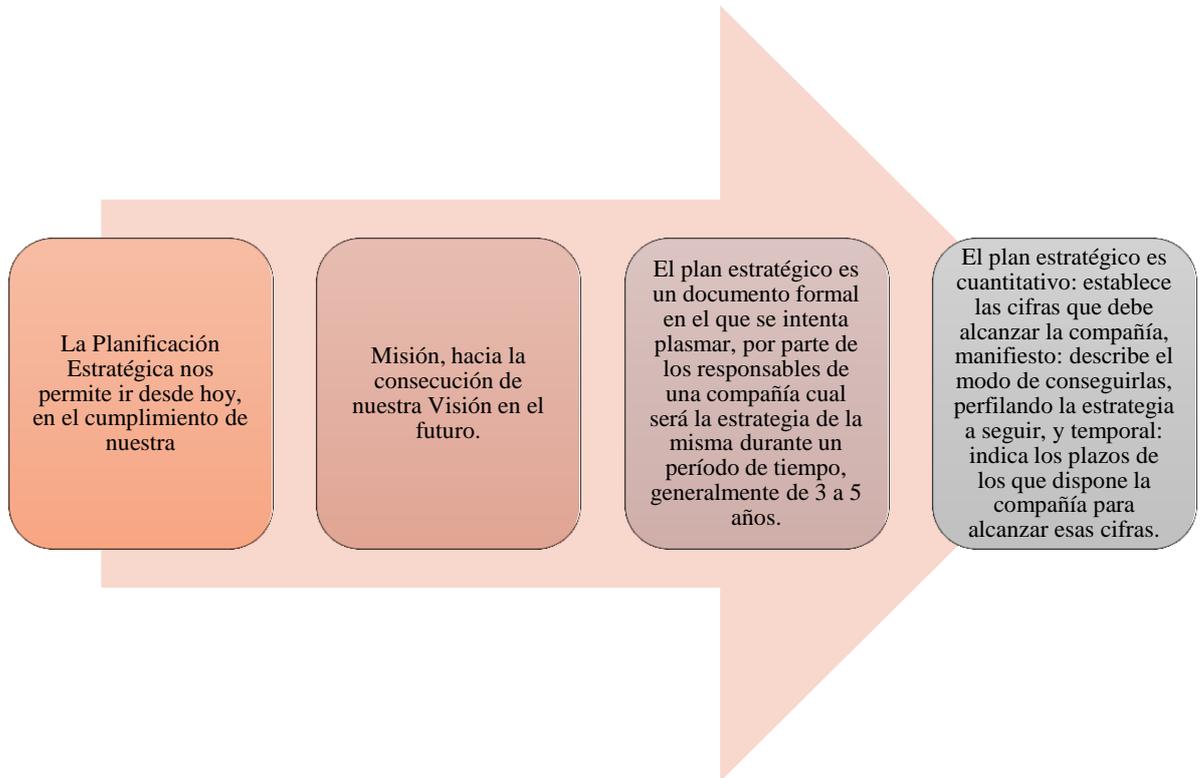
2.1.3.4.Valores corporativos:

Los Valores Corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.

2.1.3.5. Plan Estratégico:

La Planificación Estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y los recursos de la organización.

Ilustración 6: Planificación Estratégica



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

El plan estratégico está compuesto por:

- Objetivos
- Estrategias
- Acciones

❖ **Objetivos Estratégicos de la empresa:**

Son los componentes más importantes del proyecto por lo general su ejecución es de largo plazo, estos se relacionan directamente con el cumplimiento de la visión.

❖ **Estrategias:**

Michael Porter considera que una empresa puede construir la ventaja competitiva y sobre ella desarrollar una estrategia. Porter resumió la estrategia en cinco requisitos.

- Una propuesta de valor única
- Tener una cadena de valor distinta.
- Renuncias que tira y afloja están dispuestos a aceptar los directivos de una empresa para tener una buena estrategia.
- Se pueden copiar muchas ideas, pero lo importante es elegir las bien.
- Las propuestas deben tener continuidad y tener una duración de por los menos cinco años.

La Estrategia es un elemento fundamental en la existencia de un ente, individuo u organización. La estrategia responde a la combinación de los planes para el futuro con los patrones del pasado. Toda acción futura requiere de un Plan para alcanzar las metas propuestas y el Plan requiere de un conjunto de estrategias. (Porter Michael E, (2010). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenibilidad de Un Rendimiento Superior.*)

❖ **Acción o Táctica:**

Una acción es un hecho que depende directamente de la compañía, y que generalmente se lleva a cabo para facilitar la consecución de los objetivos, fomentar el respeto a las políticas impuestas, o vertebrar la estrategia global de la empresa.

2.1.3.6. Estructura Funcional

Tabla 2: Estructura Funcional

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL
Contador CPA	1	650,00	650,00
Asistente Contable	1	400,00	400,00
Asistente Administrativa-Recepción	1	354,00	354,00
TOTAL		1.404,00	1.404,00

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ Contador - Auditor

Ilustración 7: Estructura Funcional

Contador-Auditor:			
Es la suprema autoridad y quien administra y dirige la empresa.	Se encarga de establecer las normas y directrices para el normal funcionamiento de la empresa.	Establece políticas para el manejo financiero y será responsable de cumplir con las obligaciones impuestas por las entidades estatales (SRI, Superintendencia de Compañías, etc.).	Es el responsable de establecer la logística y la puesta en marcha del objeto del negocio. La planificación será de suma importancia.

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Es la suprema autoridad y el representante legal de la microempresa:

- Administrar y dirigir la empresa
- Establecer las políticas y el reglamento interno de la empresa.
- Establece políticas para el manejo financiero.
- Reclutar y contratar al talento humano
- Conocer y aprobar los Estados Financieros que presentan la situación económica y financiera de la empresa.
- Tomar decisiones sobre el presente y futuro de la organización.

- Cumplir y hacer cumplir las obligaciones dispuestas por la Ley y los organismos estatales.
- Garantizar la seguridad interna.
- Es responsable de cumplir con las obligaciones impuestas por las entidades estatales (SRI, Superintendencia de Compañías, etc.).

❖ **Asistente Contable**

- Controlar el proceso de facturación.
- Efectuar el cobro correspondiente.
- Elaborar los roles de pago mensualmente y proceder al pago correspondiente.
- Elaborar Planillas de Aportes.
- Procesar las facturas emitidas por los proveedores en las adquisiciones de bienes y servicios; y, procesar la transacción. Emitir el cheque correspondiente y concluir con el pago.
- Controlar y reponer al responsable del fondo de caja chica los valores correspondientes.
- Analizar y registrar las transacciones comerciales realizadas por la empresa, realizar el proceso contable.
- Realizar y presentar las declaraciones de impuestos de forma oportuna y eficiente.
- Elaborar los presupuestos y el flujo de caja.

❖ **Asistente Administrativa**

Persona encargada de atención al público directamente así como ser un apoyo para el gerente-propietario (Interno).

- Atender a los clientes, identificar sus necesidades y comunicarle el proceso a seguir para resolver sus problemas contables, tributarios y financieros.
- Determinar y establecer junto con la gerencia, los paquetes de servicios que se ofrecerán a los clientes.
- Preparar las ofertas entregadas a los clientes.
- Coordinar con el gerente el seguimiento de las ofertas entregadas a los clientes.

- Establecer cronogramas y planes de acción individualizados para cada cliente.
- Cumplir los contratos firmados con los clientes, ejecutando los procesos de trabajo de forma eficiente, oportuna y conforme a la ley.
- Elaborar informes mensuales y presentarlos a la gerencia.

❖ **Asesoría Legal**

Se contara con la asesoría de un profesional en leyes y experto en tributación y situaciones similares (externo).

- Conocer y dominar la legislación ecuatoriana.
- Actualizarse sus conocimientos sobre las reformas que se establezcan en el país.
- Informar y capacitar al personal sobre las modificaciones, reformas o nuevas leyes.
- Representar a la empresa en materia jurídica.

2.1.3.7.Localización:

Es necesario ejecutar un estudio de localización (macro y micro localización) para conocer la mejor ubicación posible de la Empresa Determinar la infraestructura física y equipos necesarios para el desarrollo óptimo de las operaciones.

La localización adecuada de la empresa determina el éxito o fracaso de un negocio. La decisión de ubicación del proyecto obedecerá a criterios económicos, estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales. Lo fundamental es que la localización debe maximizar la rentabilidad del proyecto.

La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.

La localización puede tener un efecto condicionado sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.

En el análisis de la ubicación del proyecto hay dos etapas necesarias que realizar: la selección de una macrolocalización y, dentro de ésta, la de la microlocalización definitiva.

La selección de la macro y microlocalización está condicionada al resultado del análisis de lo que se denomina factor de localización. Cada proyecto específico tomara en consideración un conjunto distinto de estos factores. Igualmente, la selección de la macro zona tendrá que considerar, para un mismo proyecto, muchos factores de localización diferentes de los que se utilizarán en la elección de la micro ubicación.

Existe, además, una serie de factores no relacionados en forma directa con el proceso productivo, pero que condicionan en algún grado la localización del proyecto. Tres factores ambientales:

I
l
u
s
t
r
a
c
i
ó
n



8: Factores Proceso Productivo

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

2.1.3.8. Estudio Financiero

Evaluar la viabilidad económica que tendrá la microempresa por medio de un estudio financiero, realizando proyecciones y definiendo los costos de funcionamiento.

Las inversiones que se realizan antes de la puesta en marcha, se agrupan en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo inicial. La importancia de la inversión en capital inicial de trabajo radica en que garantiza el financiamiento de los recursos durante un ciclo productivo.

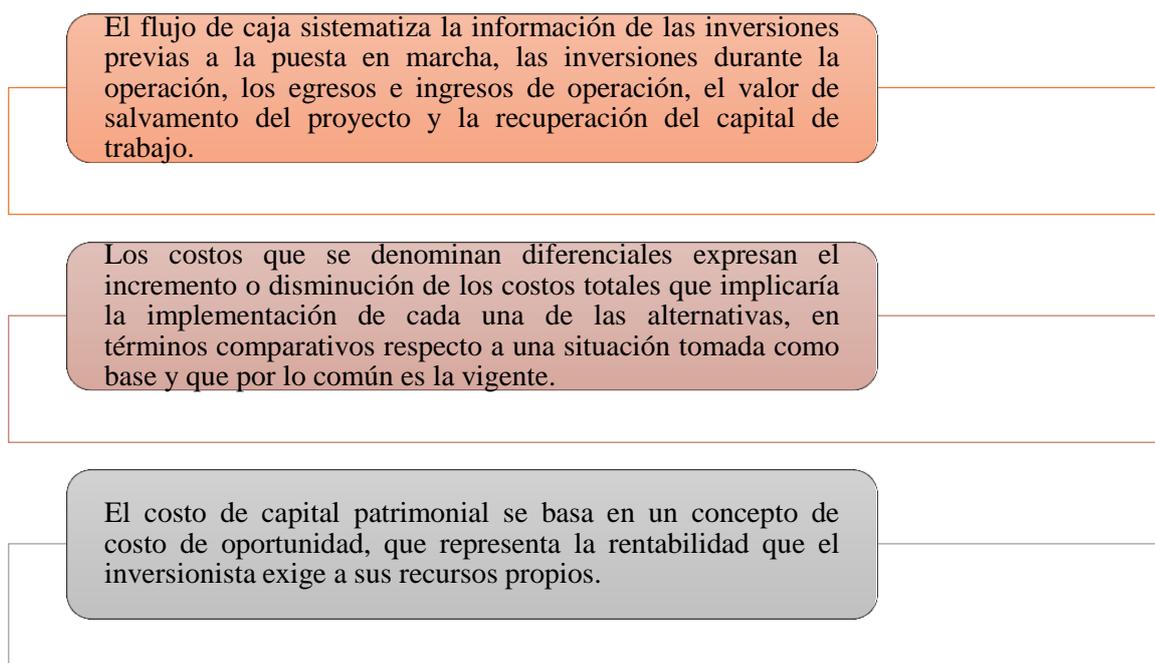
Además de las inversiones previas a la puesta en marcha, es importante incluir aquellas que deben realizarse durante la operación, ya sea por ampliaciones programadas como por el reemplazo necesario para mantener el funcionamiento normal de la empresa que se crearía con el proyecto.

Los beneficios de un proyecto son más que el simple ingreso por venta del producto o servicio. Un análisis completo debería incluir los ingresos por venta de activos y por venta de desechos, los ahorros de costos y los efectos tributarios.

El precio es obviamente uno de los aspectos centrales en la determinación de los ingresos. Su fijación debe tener en cuenta al menos cuatro aspectos: la demanda o intenciones de pago del consumidor, los costos, la competencia y las regulaciones internas o externas, que se le impongan.

Se analizan las principales variables que participan en la composición del flujo de caja del proyecto. La confiabilidad que otorguen las cifras contenidas en este flujo será determinante para la validez de los resultados, ya que todos los criterios de evaluación se aplican en función de él proyectar los flujos, deberá estimarse un valor de salvamento para el proyecto, el cual, sin ser efectivamente vendido, debe valorarse. El más eficiente es el del valor actual de los beneficios netos futuros, que tiene en cuenta el precio del proyecto en funcionamiento.

Ilustración 9: Estudio Financiero



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Se utilizarán dos alternativas de evaluación: el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). Es importante incluir el análisis de los efectos de la inflación en la evaluación del proyecto. Será preciso incorporar las ganancias y pérdidas por inflación que se generan sobre los flujos de caja

2.1.4. Estructura Empresarial

2.1.4.1. Aspectos Legales

En esta sección se describirán los aspectos relacionados con la parte organizacional de la microempresa; además se establecerán los lineamientos y procedimientos que se observarán en las áreas jurídica, operativa, administrativa y de servicio.

Para que la microempresa entre en funcionamiento se deberá notificar y obtener los permisos de las siguientes Instituciones:

- Servicio de Rentas Internas
- Ministerio de Trabajo

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Guano

Para iniciar las actividades es de suma importancia obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), el cual legalizará las labores ante la autoridad fiscal.

2.1.4.1.1. Servicio De Rentas Internas

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (SRI)

2.1.4.1.1.1. Registro Único De Contribuyentes (RUC)

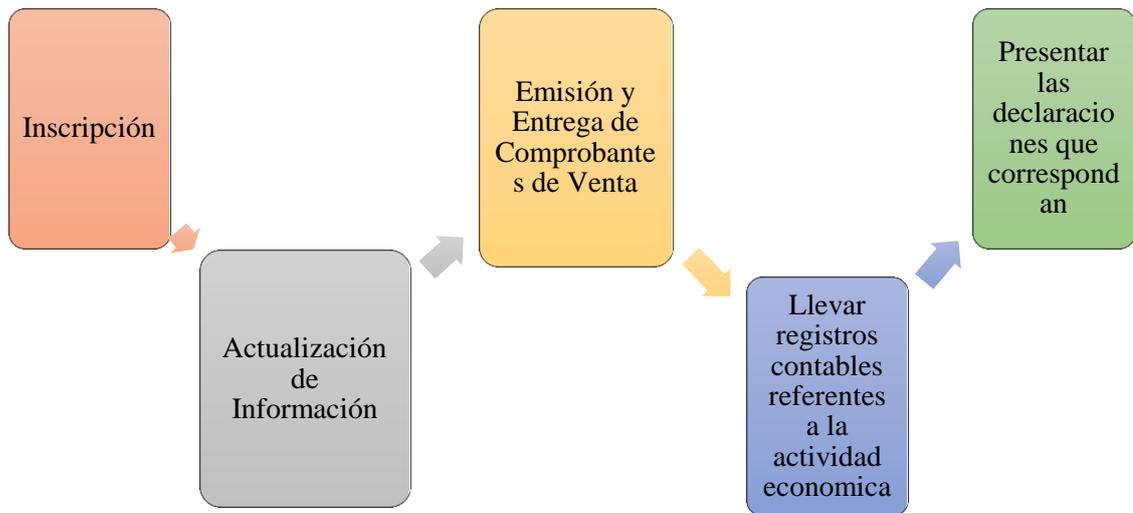
El registro Único de Contribuyentes (RUC) se implementó con el objetivo de hacer un seguimiento continuo a los ciudadanos obligados a pagar impuestos, Su función es registrar e identificar a los Contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que realicen alguna actividad económica en el Ecuador de forma permanente u ocasional, o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de RUC impuesto será de trece dígitos y su composición o significado varía según el tipo de contribuyente

Todos los contribuyentes, sin excepción, deben cumplir con las siguientes responsabilidades:

Ilustración 10: Responsabilidades de los Contribuyentes



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

2.1.4.1.1.2. Inscripción

La primera obligación que tiene un contribuyente es inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, a partir de esta obligación la Administración Tributaria puede iniciar los procesos de control.

Cada contribuyente se inscribe una sola vez y se le asigna un solo número de Registro Único de Contribuyentes, indistintamente del número de establecimientos o sucursales que posea, o del número de actividades que realice.

El plazo que otorga la Administración Tributaria es de treinta días laborables, contados desde la fecha de inicio de las actividades o de su constitución. En caso de atraso el contribuyente comete una contravención cuya sanción es de \$30 y \$1.500 dólares.

2.1.4.1.1.3. Requisitos Para Inscribirse

REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN DE PERSONAS NATURALES	
REQUISITOS GENERALES	
Si su trámite es personal debe presentar:	
Identificación del contribuyente, dependiendo del caso:	Si usted es Ecuatoriano o Extranjero Residente: Original y copia a color de la cédula vigente. Si usted es Extranjero no residente: Original y copia a color del pasaporte (con hojas de identificación) y tipo de visa (excepto la tipo 12-X de transeúntes); tanto pasaporte como visa deben encontrarse vigentes. Si usted es refugiado: original y copia a color de la credencial de refugiado.
Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que realizará la actividad, pueden estar o no a su nombre:	<p>Solo ecuatorianos: Original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.</p> <p>Planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas de servicios básicos sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de cualquiera de los últimos tres meses.</p> <p>Estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular a su nombre. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.</p> <p>Factura por el servicio de televisión pagada o de Internet a su nombre. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.</p> <p>Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.</p> <p>Contrato de arrendamiento.</p> <p>Escritura de propiedad o de compra venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.</p> <p>Original y copia de la Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato.</p> <p>Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.</p>
REQUISITOS ADICIONALES, QUE SE PRESENTARÁN SI USTED CUMPLE CON ALGUNO DE LOS	
Si usted realiza actividades relacionadas a:	Deberá presentar adicionalmente original y copia de:
Artesanos	Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO.
Contadores	Título o carnet del colegio profesional respectivo. Si trabaja en relación de dependencia deberá presentar adicionalmente una certificación del empleador o la acción de personal administrativa APA (nombramiento). La certificación que indique que el contador se encuentre bajo relación de dependencia puede estar suscrita por el Representante Legal o por el responsable de Recursos Humanos.
Diplomáticos	Credencial de agente diplomático.
Profesionales	Título universitario avalado por el SENESCYT o carnet otorgado por el respectivo colegio profesional. Si en la cédula del contribuyente consta el título profesional, ya no será necesario presentar este documento.
Actividades educativas	Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.
Menores no emancipados	Original y copia a color del documento de identificación vigente del representante del menor (padre o madre) quien solicitará el respectivo trámite. El documento de identificación podrá ser cédula, pasaporte o carnet de refugiado, según corresponda.
Menores emancipados	Escritura pública en caso de emancipación voluntaria; o Sentencia judicial emitida por el Juez competente; o Acta de matrimonio en caso de que en la cédula no conste el estado civil.
Notarios y Registradores de la Propiedad y Mercantiles	Nombramiento otorgado por el Consejo Nacional de Judicatura
Observaciones Generales	
<ul style="list-style-type: none"> Las copias de los requisitos presentados deberán estar en buenas condiciones y no en papel térmico. 	
REQUISITOS EN CASO DE QUE LAS SOLICITUDES SEAN PRESENTADAS POR TERCEROS AUTORIZADOS	
REQUISITOS PARA TERCERAS PERSONAS AUTORIZADAS	
Presentar todos los requisitos en copias conforme el trámite a ser solicitado inscripción, actualización o suspensión, incluido copia del certificado de votación del contribuyente. La copia de la cédula del contribuyente debe presentarse a color.	
ADICIONALMENTE PRESENTARÁ LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:	
Original y copia de la autorización:	Inscripción o Actualización
	Suspensión
Identificación del tercero autorizado:	<p>Poder General o Especial o Carta de autorización simple suscrita por el contribuyente en la que conste los nombres y apellidos completos, número de</p> <p>Si es ecuatoriano: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación. Si es extranjero residente: Original y copia a color de la cédula vigente</p> <p>Si es extranjero no residente: Original y copia a color del pasaporte vigente (con hojas de identificación). Si es refugiado: Original y copia a color de la credencial que lo acredita como tal.</p>
Observaciones Generales	
<ul style="list-style-type: none"> En caso de que el poder especial o general haya sido suscrito en el exterior deberá ser debidamente legalizado por el cónsul ecuatoriano; o apostillado en el exterior o en el Ecuador. Adicionalmente, siendo los poderes documentos que no tienen señalada caducidad, se aceptarán los mismos sin límite de tiempo alguno. Las cartas de autorización simple estas tendrán una vigencia de (3) tres meses. Las copias de los requisitos presentados deberán estar en buenas condiciones y no en papel térmico. 	

Gráfico 1: Requisitos para la inscripción de Personas Naturales

FUENTE: SRI

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

2.1.4.1.1.4. Actualización De Información

Una vez inscrito, es obligación del contribuyente comunicar al Servicio de Rentas Internas, dentro del plazo de 30 días los cambios producidos en la información originalmente presentada.

Básicamente deberán informar cuando se produzcan los siguientes hechos:

- Cambio de denominación o razón social
- Cambios de la actividad económica
- Cambio de domicilio
- Transferencia de bienes o derechos a cualquier título
- Cese de actividades
- Aumento o disminución de capitales
- Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios
- Cambio de representante legal
- La obtención, extinción o cancelación de beneficios derivados de las leyes de fomento
- Cualquier otra modificación que se produjeran respecto a los datos consignado en la solicitud de inscripción.

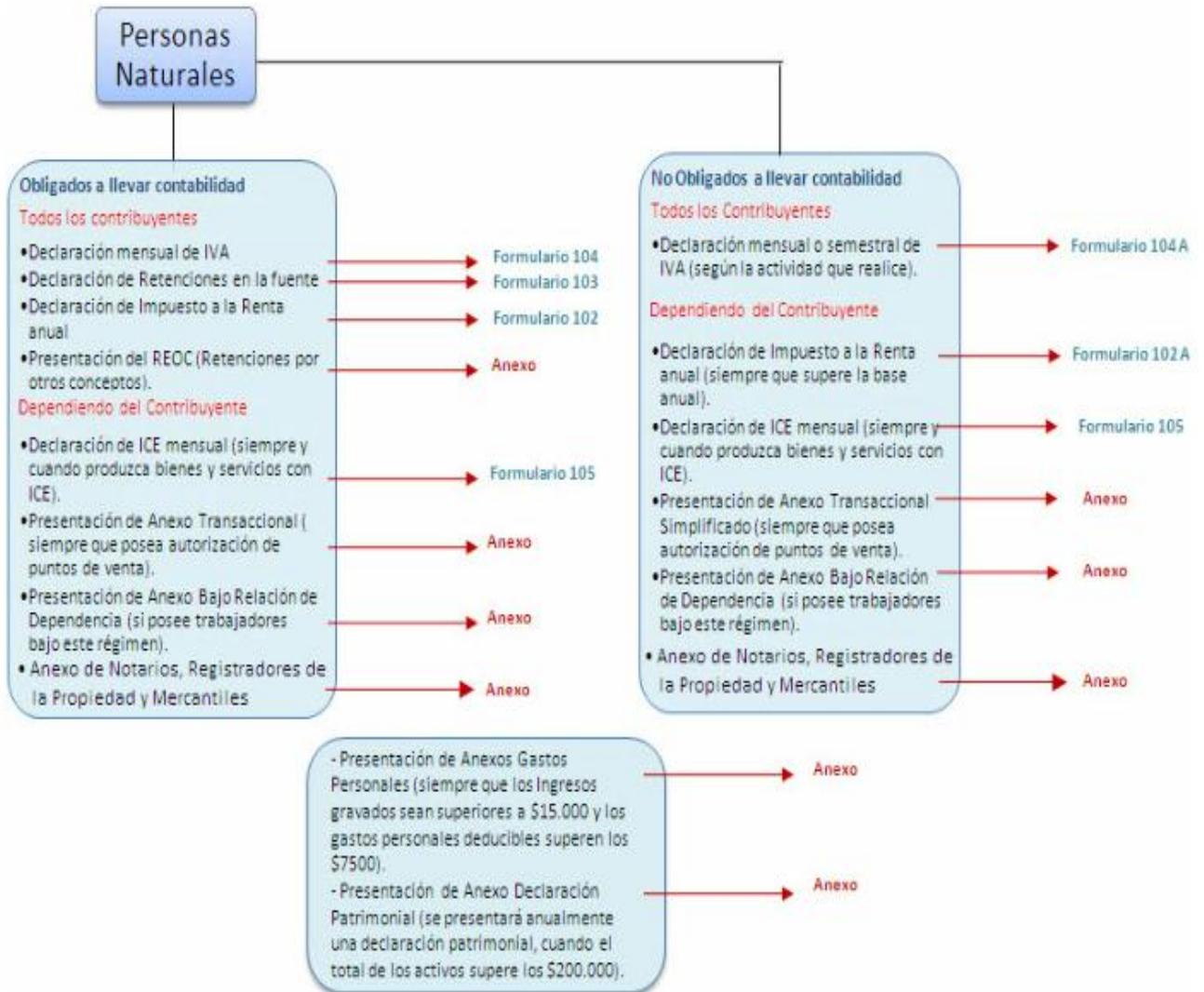
2.1.4.1.1.5. Obligaciones Tributarias

Dependiendo del tipo de persona natural sea que este obligada a llevar contabilidad o que no esté obligada a llevar contabilidad tiene obligaciones con el Servicio de Rentas Internas.

En el caso de la Consultoría Contable como el Registro Único de Contribuyentes se tramitará para que salga a nombre de Tatiana Alexandra Cabezas Ramírez como persona natural y debido a que nuestros activos y nuestros ingresos no superan las bases que el SRI nos impone (capital propio al inicio de las operaciones superen los \$60.000; ingresos brutos anuales del ejercicio anterior superen los \$100.000 o que los costos y gastos del ejercicio anterior superen los \$80.000) la misma no estará obligado a llevar

contabilidad motivo por el cual en el únicamente realizaremos declaraciones de IVA en el formulario 104A y se llevara un libro de ingresos y egresos.

Gráfico 2: Personas Naturales



FUENTE: SRI

ELABORADO POR: SRI

El formato en el que se llevarán los ingresos y egresos de la actividad económica serán los siguientes:

Tabla 3: Registro Diario de Ingresos

Fecha	Nº de Comprobante de venta	Concepto	Base	IVA	Total
02/01/2015	001-001-0004587	Venta de 15 perforadoras	40,00	4,80	44,80
03/01/2015	001-001-0004612	Venta de 10 grapadoras	30,00	3,60	33,60

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 4: Registro Diario de Egresos

Fecha	Nº de Comprobante de venta	Concepto	Base	IVA	Total
05/01/2015	041-002-0014511	Compra de 100 perforadoras	150,00	18,00	168,00
13/01/2015	001-005-0004148	Compra de 10 grapadoras	25,00	3,00	28,00

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

2.1.4.1.2. Ministerio De Relaciones Laborales

El Ministerio de Relaciones Laborales es una Institución moderna de reconocido prestigio y credibilidad, líder y rectora del desarrollo organizacional y las relaciones laborales, constituyéndose en referente válido de la Gestión Pública, técnica y transparente por los servicios de calidad que presta a sus usuarios.

Ejercerá la rectoría en el diseño y ejecución de políticas de desarrollo organizacional y relaciones laborales para generar servicios de calidad, contribuyendo a incrementar los niveles de competitividad, productividad, empleo y satisfacción laboral del País.

2.1.4.1.2.1. Base Legal

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente. En general, todo trabajo debe ser remunerado.

2.1.4.1.2.2. Obligaciones

Cada empleador tiene las siguientes obligaciones con sus trabajadores:

- Celebración de un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato en el Ministerio de Relaciones Laborales
- La remuneración a recibir cada trabajador no podrá ser inferior a \$354.00 USD (SBU. 2015)
- Pagar horas extras y suplementarias
- Pagar el decimotercer sueldo hasta el 24 de diciembre de cada año
- Pagar el decimocuarto sueldo hasta el 15 de agosto de cada año
- Pagar utilidades a los trabajadores hasta el 15 de abril de cada año.

En el caso de dar por terminada la relación laboral por acuerdo entre trabajador y empleador, se debe hacer lo siguiente:

Elaborar un Acta de Finiquito, en la que debe constar que dan por terminada la relación laboral, el último sueldo percibido por el trabajador, un desglose de los valores que se cancela al trabajador (% por décimos, vacaciones, horas extras y suplementarias, fondos de reserva).

Esta acta que elabora el empleador debe ingresar a al Ministerio de Relaciones Laborales; y, una vez que el ministerio lo apruebe deben concurrir el empleador y el trabajador para la firma del Acta y la entrega de los valores.

2.1.4.1.3. Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social.

2.1.4.1.3.1. Base Legal

Art. 1.- Principios rectores.- El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia.

Art. 2.- Sujetos de protección.- Son sujetos obligados a solicitar la protección del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- a) El trabajador en relación de dependencia;
- b) El trabajador autónomo;

- c) El profesional en libre ejercicio;
- d) El administrador o patrono de un negocio;
- e) El dueño de una empresa unipersonal;
- f) El menor trabajador independiente; y,
- g) Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

2.1.4.1.3.2. Obligaciones

Los empleadores o patronos tienen obligaciones legales con sus trabajadores y con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social:

- El patrono está obligado a solicitar en el IESS el número patronal que es la identificación de empresas públicas y privadas; de empleadores domésticos, artesanos autónomos. El número patronal le sirve al empleador para afiliar a sus trabajadores y realizar los diferentes trámites en el Instituto.
- Los empleadores están obligados a inscribir a sus trabajadores en el IESS desde el primer día de labor, por medio del AVISO DE ENTRADA. (Formularios del IESS); a dar aviso de las salidas, modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales y demás condiciones de trabajo de los asegurados, de acuerdo con los Estatutos y Reglamentos del IESS.
- Asumir el porcentaje que corresponde al empleador por la seguridad social
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- Pagar sus obligaciones patronales dentro de los quince días posteriores al mes que corresponda la obligación.

2.1.4.1.4. Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Guano

2.1.4.1.4.1. Consejo

El Concejo Municipal cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos en el Catón Guano. El Concejo está conformado por 5 concejales cada uno encargado de diferentes comisiones.

2.1.4.1.4.2.Base Legal

Artículo 546.- Impuesto de Patentes.- se establece el impuesto de patentes municipales y metropolitanos que se aplicara de conformidad con lo que se determina en los artículos siguientes.

Artículo 547.- Sujeto Pasivo.- Están obligados a obtener la patente y por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

2.1.4.1.4.3.Obligaciones

- Las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales están en la obligación de pagar el impuesto de Patente Municipal.
- En el caso de profesionales que ejerzan su profesión y que se encuentren acreditados por organismo competente, pagarán por Impuesto de Patente Municipal USD. 20,00 esto incluye a profesionales del volante.

Por ser una microempresa que presta servicios de tipo masivo, los insumos, equipos, muebles y enseres, suministros y demás son de fácil obtención; lo cual obedece a que los mismos no son artículos de alta especificidad o alta tecnología y además existe una amplia gama de proveedores; por lo que, pueden obtenerse con gran facilidad en el mercado y por ende esto genera una fortaleza para la organización. Adicionalmente, la búsqueda de instalaciones para la Consultoría Contable tampoco constituyó problema,

pues al igual que el caso anterior, existen varios locales u oficinas donde se podría iniciar las operaciones y es por esto que pudimos escoger entre varias opciones la que mejor se ajuste a las operaciones que se generaran en la microempresa.

En cuanto a las normativas legales impuestas por los diferentes entes de control que registrarán nuestra actividad, no constituyen obstáculos pues el cumplir con todos estos requerimientos son de vital importancia para el normal desempeño de las actividades.

Por todo lo antes mencionado, se puede concluir con facilidad que el proyecto es totalmente factible, en términos técnicos.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

***** A *****

Administración.- La administración puede ser entendida como la disciplina que se encarga del manejo científico de los recursos y de la dirección del trabajo humano, enfocada a la satisfacción de un interés.

Abonar.- Pagar acreditar .Asentar en le haber una partida contable Como es de práctica generalmente aceptada, las partidas se abonan al lado derecho de los libros De cuentas.

Acción.- Parte alícuota del capital social de una sociedad mercantil que puede ser nominativa o al portador, y estar total o parcialmente desembolsada. Se clasifican en series según los derechos que otorgan y su valor nominal. En general, da derecho a una parte proporcional en el reparto de beneficios y a una cuota de liquidación en la disolución de la sociedad. Da también derecho preferente en la suscripción de nuevas acciones y derecho de voto en las juntas generales.

Acredita.-Abonar. Registrar en el haber o el lado de los libros de contabilidad. Poner en disposición una suma.

Acreeador.- Persona o firma a quienes se debe. En contabilidad, las cuentas cuya suma es mayor en el haber o lado derecho. Los saldos acreedores reflejan participación en el negocio o pasivo.

Activo.- Bienes que pertenecen a una persona o firma .El lado izquierdo de un balance. El activo está formado por los bienes de la empresa, es decir, inmuebles, muebles, mercancías, cuentas a cobrar, etc.

Amortización.- En sentido financiero, la amortización consiste en el reembolso gradual de una deuda.

.Afiliación.- Ingreso de una persona dentro de una corporación, como miembro de la misma.

Análisis.- Distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios y elementos.

Asiento contable.- Es la anotación de un hecho económico en el libro Diario, en la cual la suma de los débitos debe ser igual a la suma de los créditos.

***** B*****

Banca.- Sector de un país que desarrolla la actividad de intermediación financiera. Toma depósitos de unos clientes y se los presta a otros, ajustando plazos y riesgos en cada caso.

Balance.- Es el estado que muestra participaciones de una empresa, en que las sumas del activo y las participaciones sean iguales es obvia y por tanto no que las partidas mostrarles correspondamos a la realidad, ni en sus importes ni en su clasificación.

Balance general.- Es el estado financiero que muestra, en una fecha determinada, la estructura y el valor del Activo de una empresa, así como la composición y el valor del Pasivo y el Capital. Muestra la situación económica de la empresa en un momento determinado. Estado de Situación.

Banco.- Institución financiera de intermediación que recibe fondos en forma de depósito de las personas que poseen excedentes de liquidez, utilizándolos posteriormente para operaciones de préstamo a personas con necesidades de financiación, o para inversiones propias.

Beneficio.- La diferencia a favor de los propietarios entre los ingresos o y la totalidad de los costos.

Bono.- Título emitido por los gobiernos o empresas privadas con el fin de incrementar sus recursos financieros y que obligan a pagar al tenedor un interés.

***** C*****

Capital.- Suma de dinero que se invierte, presta, etc.

Capitalización.- Proceso que determina el valor futuro de una renta actual o de una serie de rentas periódicas al tipo de interés que se desea aplicar. Fórmula financiera que, aplicada a un determinado capital, lo convierte en su valor futuro.

Cheque.- Orden de pago extendida por el poseedor de una cuenta corriente bancaria. El cheque no debe ser considerado como un documento de crédito, si no como una orden de pagar, bajo la suposición de que el Cuenta correntista tiene fondos a su favor; de ahí que el girar cheques sin fondos sea considerado en algunos países, como un delito de estafa.

Código de cuentas.- Llamado también catálogo o plan de cuentas, es la nomenclatura de la que se sirve el contador para hacer los asientos. Esta lista donde figuran los nombres de las cuentas debidamente ordenadas y numeradas, generalmente se conforma de “clases”, es decir divisiones del Activo, Pasivo y cuentas de rendimiento.

Contabilidad.- Arte, ciencia, interpretación y métodos utilizados para registrar todas las transacciones que afectan a la situación financiera de una empresa u organización.

Conciliación.- Consiste en el ajuste que se hace de una cuenta para armonizarla con su contrapartida. Especialmente en las cuentas bancarias, el movimiento que hace la empresa, es opuesto al que lleva el Banco y además podrían haber efectivamente, los depósitos en cuenta corriente son cargos para la compañía y créditos para el cliente en el banco.

Consolidación.- Fundir en una sola las partes de una deuda, de un estado, balance etc.

Las deudas se consolidan para obtener mejores condiciones de un solo acreedor o controlarlas mejor >; los estados y balances para observarlos en un conjunto; cuando pertenecen a compañías asociadas o de los mismos propietarios: En este último caso también para conocer el patrimonio total o el valor neto de las empresas.

Contabilidad.- La Contabilidad es un conjunto de técnicas que, basadas en las ciencias, tales como las matemáticas se asocian a los negocios para registrar las operaciones, controlarlas, relacionarlas, conocer los costos e ingresos, predecir comportamiento futuro de los acontecimientos, organizar la producción, finanzas, trabajos, etc.

Costo.- Los gastos que demanda el acontecimiento de la empresa en general o las erogaciones para obtener o producir un bien, en términos más restringidos es el conjunto de gastos asignados al producto, es decir que no se ha creído conveniente considerar como una pérdida y se mantiene en el inventario es decir un gasto diferido.

Crédito.- Creer o confiar en algo o alguien. Tener buena reputación. Confianza en la buena reputación de un individuo o firma de cumplir sus obligaciones financieras. En contabilidad, registrar el pago de un deudor; asentar en el haber o lado derecho de los libros saldo acreedor.

Cuenta.- Es la reunión de todos los valores referentes a una misma persona o asunto bajo epígrafe apropiado. En la cuenta se registran los aumentos y disminuciones que sufren los elementos del Activo, Pasivo, Capital, Ingresos y Gastos. Tiene dos secciones: el Debe y el Haber.

***** D *****

Depreciación.- Disminución del valor de un activo físico por transcurso del tiempo .De los activos físicos, quizás el único que no se deteriora por el uso o el paso del tiempo, sea el terreno; los demás pierden valor por razones de deterioro físico, funcional o accidental.

Debe.- Es el lado izquierdo de la cuenta. En este lado se anotan las entradas o aumentos si la cuenta es de Activo, las cancelaciones o disminuciones de las obligaciones si es de Pasivo y los gastos y pérdidas si es de Resultado.

Diario.- Es el libro en donde se anotan por orden cronológico, diariamente, todas las operaciones económicas efectuadas por la empresa, indicando las cuentas cargadas y las abonadas en cada asiento.

Dividendo.- Cuota que gana cada acción o porción del capital, por las utilidades netas de una empresa. Como quisiera que las empresas no reparten la totalidad de las ganancias; ya que por acuerdos de la junta General o por que han decidido reservar una parte de las utilidades, se llama comúnmente dividendo ala parte que toca a cada acción de lo que se va repetir.

***** E *****

Efectivo.- En términos financieros, dinero en circulación, en manos del público o en depósitos en el sistema crediticio.

Endeudamiento.- Captación por parte de las empresas de recursos ajenos, es decir, de fuentes de financiación externas para poder desarrollar sus actividades.

***** F *****

Financiación.- Cantidad de dinero necesaria para la realización de una actividad o proyecto de una persona, ente público o empresa. Puede hallarse en forma de recursos propios o de recursos ajenos, que se encuentran detallados según su origen o procedencia en el pasivo del balance y como inversiones en el activo.

Flujo De Caja.- Entradas y salidas de dinero generadas por un proyecto, inversión o cualquier actividad económica. También es la diferencia entre los cobros y los pagos realizados por una empresa en un período determinado.

Flujo de trabajo.- Modo en que las actividades y procesos de la organización están siendo completados.

Fondo.- Cantidad de dinero reunida para realizar determinadas actividades económicas.

***** H *****

Haber.- Es el lado derecho de una cuenta. Se anotan en esta sección las salidas o disminuciones si la cuenta es de Activo, la creación o aumentos si es de Pasivo, y los beneficios o ganancias si es de Resultado.

Hipoteca.- Derecho real que afecta a bienes inmuebles, sujetándolos a responder por el pago de una obligación de crédito. El bien puede estar afectado por más de una hipoteca .y entonces los derechos se establecen de acuerdo a la orden en que fueron hipotecados.

*****I *****

Inventario.- Conjunto de existencias. Bines de una empresa. El término inventario generalmente se usa para referirse a los bienes que se clasifican en el activo circulante, es decir mercancías artículos en procesos y terminados materias primas, etc.

***** L *****

Liquidez.- Se dice del activo que es dinero o puede fácilmente transformar en efectivo cuando el activo. corriente supera la pasivo corriente se dice que una empresa tiene

buena liquidez por el contrario se habla de falta de liquidez cuando la empresa ha congelado sus recursos en activos fijos o de difícil realización

***** M *****

Manual.- Lista de información, instrucciones, precios, etc. Es decir, un libro útil de referencias.

***** O *****

Obsolescencia.- Significa fuera de moda o de uso, con él, los contadores y economistas se refieren a los bienes de capital que han perdido vigencia en la industria, ya sea por inversiones mejores, o por haber perdido vigencia en la industria ya sea por inversiones mejores o por haber perdido capacidad de satisfacer la demanda.

Organización.- Cualquier sistema estructurado de reglas y relaciones funcionales diseñado para llevar a cabo las políticas empresariales o, más, precisamente, los programas que tales políticas inspiran.

Outsourcing.- (también llamada subcontratación) es una técnica innovadora de administración, que consiste en la transferencia a terceros de ciertos procesos complementarios que no forman parte del giro principal del negocio, permitiendo la concentración de los esfuerzos en las actividades esenciales a fin de obtener competitividad y resultados tangibles.

***** P *****

Partida doble.- Método de la Contabilidad que se basa en la igualdad de débitos y créditos. Toda operación mercantil produce una o más cuentas deudoras y una o más cuentas acreedoras. La suma de las cantidades anotadas al Debe, necesariamente debe ser igual a la suma de las cantidades anotadas al Haber. No hay deudor sin acreedor.

Pasivo.- Son todos los valores negativos, o sea, lo que la empresa debe y tiene que pagar a cualquier persona o entidad con excepción de su dueño. Son todas las deudas y obligaciones contraídas por la empresa.

Período contable.- Período de tiempo, generalmente un año, que sirve como unidad para medir las variaciones en el Patrimonio de una empresa y determinar los resultados de la actividad económica.

Política.- Planificación de una acción

Presupuesto.- Resumen sistemático de las previsiones de los gastos proyectados y de las estimaciones de los ingresos previstas para cubrir dichos gastos.

Procedimiento.- Manera de hacer algo. Sección de un programa que realiza unas operaciones bien definidas y enfocadas a un fin

Pyme.- siglas que significan pequeñas y medianas empresas. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados

***** R *****

Recursos Económicos.- Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa.

Recursos Humanos.- La ciencia que se dedica a la administración de empresas agrupa al conjunto de los empleados y colaboradores de una organización bajo el concepto de recursos humanos. Ese mismo nombre recibe el departamento o la persona que se encarga de seleccionar, contratar, formar y retener a los trabajadores de una empresa.

Recursos Materiales.- son los medios físicos y concretos que ayudan a conseguir algún objetivo. El concepto es habitual en el ámbito de las empresas y de los gobiernos.

Recursos Tecnológicos.- es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual).

Renta.- Beneficio que rinde periódicamente una inversión

***** S *****

Saldo.- Diferencia entre las sumas del debe y del haber de una cuenta. Cuando se hace un balance de comprobación los saldos deudores conforman el activo y los acreedores el pasivo.

*****V*****

Valor.- En economía el término se refiere a la utilidad que una persona atribuye a un bien o aun servicio. Evaluar significa darle o atribuirle valor a las cosas sin que esto pueda confundirse con precio ni mucho menos con costo

Valuación.- Darle o señalarle valor a un bien, entendiéndose como valor, al cualidad de las cosas de ser deseadas de tal manera que por ellas se dé una cantidad de dinero o algo equivalente.

Variación.- Diferencia aritmética entre dos cantidades en costo generalmente entre lo normal standard, presupuesto, etc. Y lo real también entre lo ocurrido en un periodo y otro.

2.3. HIPÓTESIS

2.3.1. Hipótesis Principal

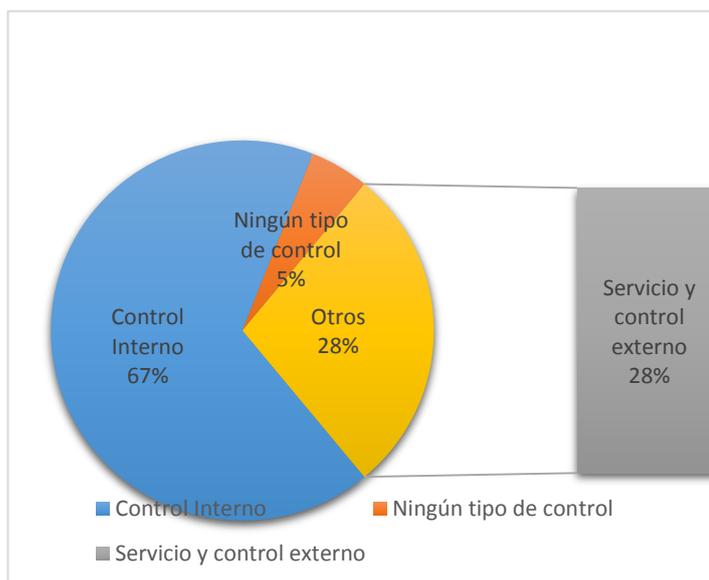
Una vez que se ha realizado la investigación necesaria ¿Será factible crear y poner en funcionamiento una Consultoría (Microempresa) de prestación de servicios contables que esto nos permita obtener un correcto manejo de los negocios de este Cantón?

❖ **Distribución de Frecuencias (comprobación)**

Control Interno	181	67%
Ningún tipo de control	14	5%
Servicio y control externo	76	28%
	270	100%

DM	181	RANGO	167
Dm	14	LONG.INTERV.	10,1643335
n	270		10

Nº	CLASE O INTERVALO
1	14 - 24
2	25 - 35
3	36 - 46
4	47 - 57
5	58 - 68
6	69 - 79
7	80 - 90
8	91 - 101
9	102 - 112
10	113 - 123
11	124 - 134
12	135 - 145
13	146 - 156
14	157 - 167
15	168-178
16	179-189



CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tendrá un enfoque cuali-cuantitativo, dado que se medirá la cantidad de negocios en el cantón Guano que necesita ayuda contable, tributaria y financiera cumplimiento específico de leyes; y la calidad de servicio que necesitan, al hablar de la creación de una consultoría se dará el resultado del estudio de factibilidad para la creación de la misma.

3.1.1. Tipos De Investigación

La investigación se orienta en los siguientes tipos de estudio: práctico, mixto, de corte, estructurada y descriptiva.

Ilustración 11: Tipos de Investigación

PRACTICO	<ul style="list-style-type: none">• Nos permite conocer la realidad del objeto de estudio para poder transformar esa realidad
MIXTO	<ul style="list-style-type: none">• Usaremos técnicas bibliográficas y de campo,
CORTE	<ul style="list-style-type: none">• Nos interesa la factibilidad del estudio
ESTRUTURADA Y DESCRIPTIVA	<ul style="list-style-type: none">• Se diseñará cuestionarios de entrevista y se evaluará cada uno de los aspectos pertenecientes.

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se enmarcará dentro de un estudio deductivo, con lo cual se busca determinar las características principales que el mercado potencial requiere al contratar servicios contables, financieros y tributarios. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como encuestas, entrevistas a competidores y posibles clientes.

Además, se utilizará fuentes secundarias de información, tales como textos, trabajos de investigación y otro tipo de estudios, que busquen sustentar el plan de negocios. Sin embargo, se utilizará el método de observación, especialmente en las empresas quienes elaboran este tipo de servicio, pues, la experiencia obtenida en la prestación de servicios contable derivados en estas será fundamental para poner en marcha el proyecto.

Además se aplicara el método de análisis para poder descomponer en partes la información que encontrare en el transcurso de la investigación realizada y poder estudiarla minuciosamente a fin de sacarle el mejor provecho a la investigación.

3.3.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Fuentes Primarias

❖ Observación

Es un proceso mediante el cual busca conocer, descubrir y clasificar de manera objetiva, observa la producción del fenómeno sin llegar a inferir en el mismo y se determina el problema que vamos a investigar.

❖ Cuestionario

El cuestionario se refiere a la manera de formular las preguntas, para lo cual se recomienda lo siguiente:

Formular preguntas abiertas para dejar en libertad la iniciativa de la persona entrevistada.

Procurar que las preguntas sean formuladas con frases fácilmente comprensibles, evitando formulaciones embarazosas de carácter personal y privado,

Las preguntas deben ser claras, simples y concretas, enfocando un punto cada vez. Debe evitarse preguntas compuestas como "" ¿Cuándo, Cómo y Dónde?"

Plantear preguntas que ayuden a recordar con facilidad las respuestas, evitando esfuerzos de memoria al entrevistado.

❖ **Entrevistas**

La entrevista consiste en la obtención de la información oral de parte del entrevistado, recabada por el entrevistador en forma directa. Es necesario tomar en cuenta las ocupaciones del entrevistado para disponer de su tiempo libre, del mismo modo es necesario conocer las costumbres y el nivel cultural del mismo para que no se produzcan "choques".

En cuanto a la presentación del entrevistador se recomienda cuidarse de la manera de vestir, de hablar y de actuar; para lo cual, es necesario actuar con espontaneidad y franqueza, creando un ambiente de amistad y cordialidad.

3.3.2. Fuentes Secundarias

❖ **Internet**

Interfaz que permite al usuario acceder a los distintos lugares de Internet y navegar de uno a otro utilizando los hiperenlaces. Este permite al usuario a tener acceso referente a cualquier tema de investigación en cuestión de segundos.

❖ **Fichas Bibliográficas**

Se utiliza para la investigación bibliográfica, para lo cual, se realiza la descripción individual externa e interna de cada libro con el objeto de tener una visión de conjunto de todo el material informativo.

❖ **Fichas Nematécnicas**

La ficha o tarjeta nemotécnica se llama también ayuda memoria o ficha de trabajo.

Adquirir el hábito de estudiar o leer a través de la elaboración de fichas nemotécnicas, es aprender a investigar, es adquirir una memoria de datos de conocimiento prodigiosa, es ahorrar tiempo y esfuerzo, es convertirse en un verdadero obrero del intelecto.

3.4.VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER

El desarrollo del Estudio de factibilidad de la creación de una consultoría permite dar una asesoría correcta en el campo contable, tributario y financiero para la toma de decisiones correctas a las PYMES en el cantón Guano Provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1.TITULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CONSULTORÍA (MICROEMPRESA) DE SERVICIOS CONTABLES EN EL CANTON GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO.”

4.2.CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.3.ESTUDIO DE MERCADO

Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), son consideradas un componente preponderante en el desarrollo económico de un país, a través de la generación de riqueza y la creación de fuentes de empleo.

Los inversionistas, esperan no tener barreras para desarrollar sus actividades económicas y aspiran tener acceso a información financiera de alta calidad, confiable, transparente y comparable, que sirva de base para la toma de las mejores decisiones sobre el futuro de la organización.

Actualmente en Ecuador, las PYMES constituyen la base del desarrollo social del país, al producir, demandar y comprar productos o añadiendo valor agregado. Generando de esta manera riqueza y empleo.

Tabla 5: Clasificación de las PYMES

	NÚMERO DE TRABAJADORES	VENTAS BRUTAS	VALOR ACTIVOS
Microempresas	0-9	Hasta \$ 100.000,00	Menos \$ 00.000,00
Pequeñas	10-49	\$ 100.001,00 – 1000.000,00	\$ 100.001,00 – 750.000,00
Medianas	50-199	\$ 1000.001,00 – 5000.000,00	\$ 750.001,00 – 4000.000,00

FUENTE: SRI

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Para fines tributarios las PYMES deben inscribir su actividad económica en el Servicio de Rentas Internas (SRI), obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cumplir con las obligaciones impuestas por la administración tributaria.

Las PYMES pueden estar formadas por personas naturales y/o personas jurídicas o sociedades.

Tabla 6: Formación de las PYMES

PYMES	PERSONA NATURAL		PERSONA JURIDICA
	NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD
Microempresas	✓	✓	✓
Pequeñas		✓	✓
Medianas		✓	✓

FUENTE: SRI

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el RUC, por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000. Están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC),

Las personas no obligadas a llevar contabilidad, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

En el Ecuador ha cobrado gran importancia crear una cultura tributaria que permita a todas las personas tanto naturales como jurídicas, conocer y cumplir con las leyes y disposiciones emitidas por los organismos estatales. Particularmente las emitidas por la Superintendencia de Compañías, por el Servicio de Rentas Internas que empieza con la inscripción y obtención del RUC, declaraciones y pago de impuestos, entre otras.

Por tanto, toda empresa para realizar sus actividades requiere no solamente tener conocimientos en contabilidad, tributación y finanzas o contar con asesoramiento; sino, tener un departamento especializado. Sin embargo muchas micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), por no tener los recursos económicos necesarios o por su propia decisión no cuentan con un departamento especializado, pero necesitan buscar personas especializadas que los asesoren y le resuelvan las consultas pertinentes. Las condiciones actuales imperantes en nuestro país, podrían llevar a que las PYMES, tengan que decidir contratar una persona o empresa especializada que se encargue del procesamiento de la información contable, tributaria, financiera y que a nombre de la empresa cumpla con las obligaciones en forma eficaz y oportuna.

En base a este contexto, surge la oportunidad de crear una empresa que ofrezca los servicios de asesoría y consultoría contable, tributaria y financiera para las PYMES que no cuenten con personal especializado.

Después de advertir la importancia del aspecto contable, tributario, y financiero para una empresa, surge la necesidad de establecer el grado de aceptación del servicio de contabilidad, tributación y finanzas y de asesoría entre las PYMES, a través de la realización de un estudio de mercado que después de analizar los factores y condiciones imperantes, nos permita identificar el segmento de mercado al cual se dirigirá el proyecto y determinar la demanda insatisfecha a la cual servirá la empresa.

4.3.1. Análisis Del Entorno

El análisis está enfocado a evaluar el entorno empresarial actual y su respuesta a los cambios en la normativa vigente. De ahí que el análisis de los factores o variables responde a esa realidad. La interrelación entre el sector servicios y la empresa de asesoría contable, tributaria y financiera se la determina a través del análisis del microentorno.

Analizar los factores que pueden influir en la creación de la empresa y en el desarrollo de sus actividades, es fundamental; ya que, servirá de base para establecer la factibilidad y conveniencia de la inversión.

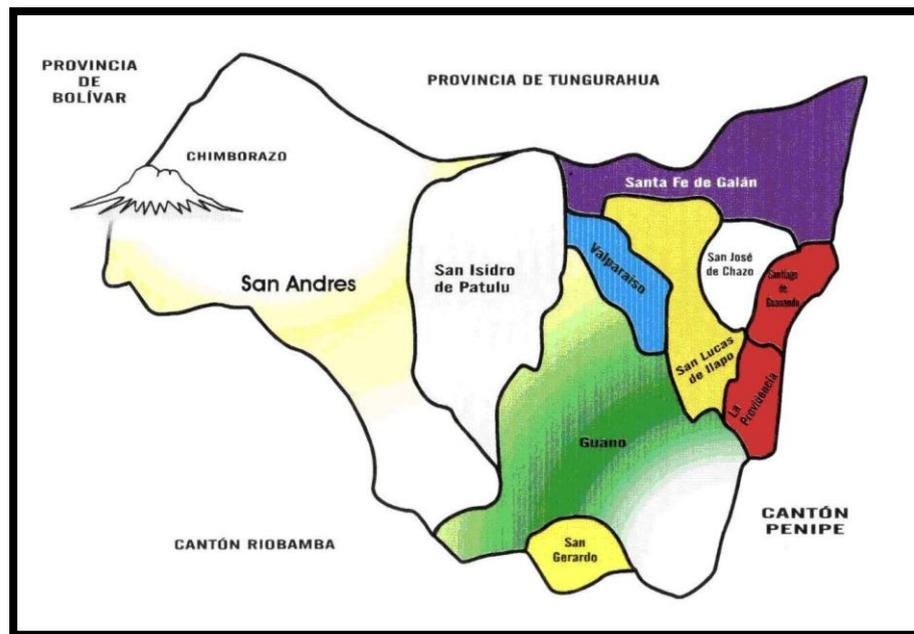
4.3.1.1. Macroentorno:

Este análisis permitirá conocer, cómo afectan los factores externos o del macroentorno al mercado de las PYMES y profesionales al cual va dirigido la investigación.

❖ Geográfico

Es importante buscar la mejor ubicación geográfica para el funcionamiento de la empresa de servicios de asesoramiento y consultoría contable, tributaria y financiera. Por lo cual, será oportuno situar las instalaciones en un lugar estratégico, con acceso fácil y rápido, cerca de centros de negocios donde se encuentran los clientes potenciales.

Gráfico 3: División Política del Cantón Guano



FUENTE: División Política del Cantón Guano (2015) Mapas Guano Disponible: <https://www.google.com/search?q=mapa+guano>

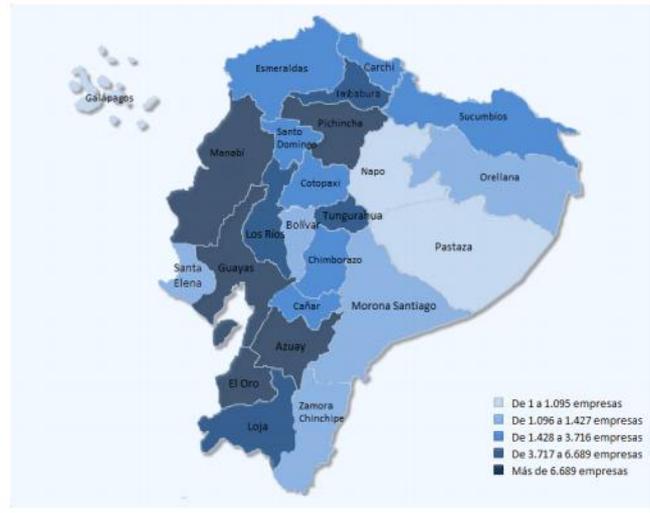
ELABORADO POR: División Política del Cantón Guano (2015) Mapas Guano Disponible: <https://www.google.com/search?q=mapa+guano>

❖ **Factor Demográfico:**

El análisis demográfico para conocer las características de la población como son: tamaño, densidad, educación, empleo, desempleo, migración entre otros. Nos permitirá identificar y describir el mercado meta al cual se dirigirá nuestro producto o servicio.

Las provincias con mayor número de empresas son: **Guayas, Pichincha, Manabí, Azuay, El Oro.**

PROVINCIAS	EMPRESAS	APORTE AL TOTAL NACIONAL
Guayas	58.754	32,672%
Pichincha	50.269	27,954%
Manabí	9.970	5,544%
Azuay	8.438	4,692%
El Oro	7.567	4,208%
Tungurahua	5.368	2,985%
Loja	4.532	2,520%
Los Ríos	4.361	2,425%
Imbabura	3.840	2,135%
Chimborazo	3.714	2,065%
Esmeraldas	3.655	2,032%
Cotopaxi	2.828	1,573%
S. D. de los Tsáchilas	2.650	1,474%
Sucumbios	1.966	1,093%
Cañar	1.789	0,995%
Carchi	1.461	0,812%
Morona Santiago	1.266	0,704%
Orellana	1.263	0,702%
Santa Elena	1.235	0,687%
Bolívar	1.224	0,681%
Zamora Chinchipe	1.142	0,635%
Pastaza	1.070	0,595%
Napo	908	0,505%
Galápagos	557	0,310%
Zona no delimitada	2	0,001%
Total	179.830	100%



* Ubicación geográfica de acuerdo al domicilio tributario

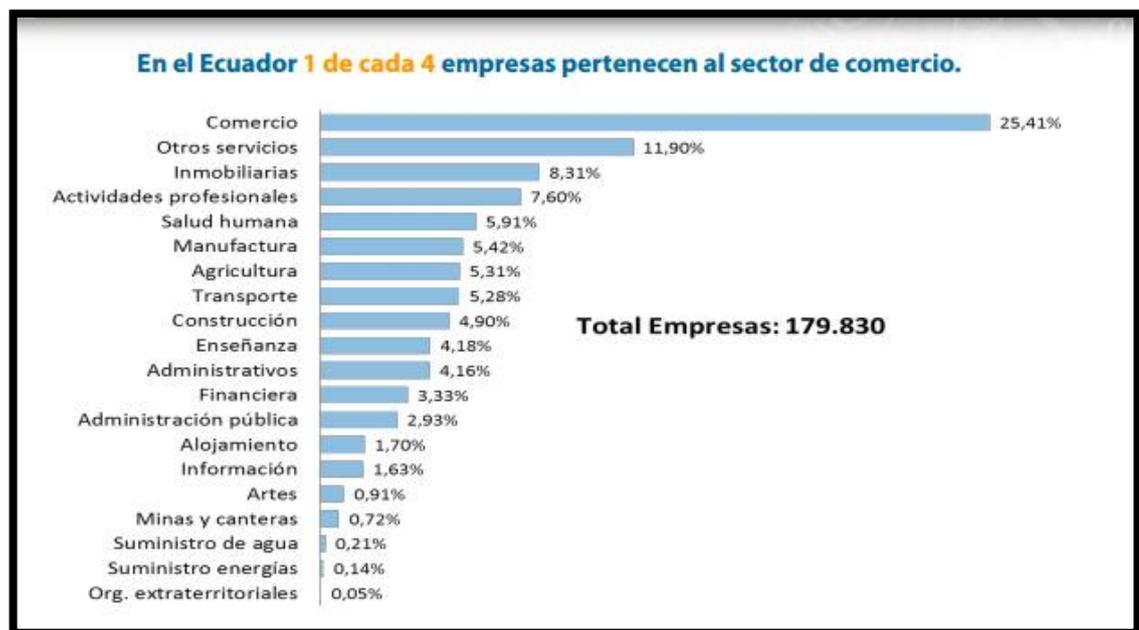
Gráfico 4: Empresas por Provincias

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

ELABORADO POR: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

❖ **Económico:**

Gráfico 5: Establecimientos por Actividad Económica



FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

ELABORADO POR: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

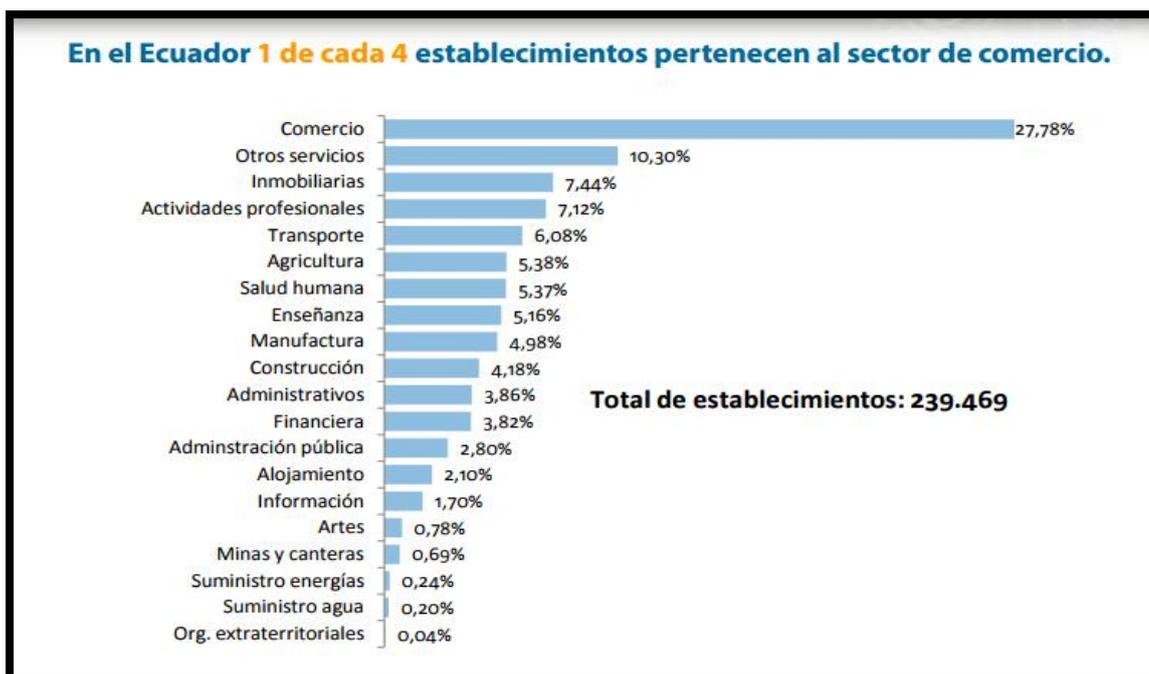


Gráfico 6: Establecimientos por Sector Económico

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

ELABORADO POR: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

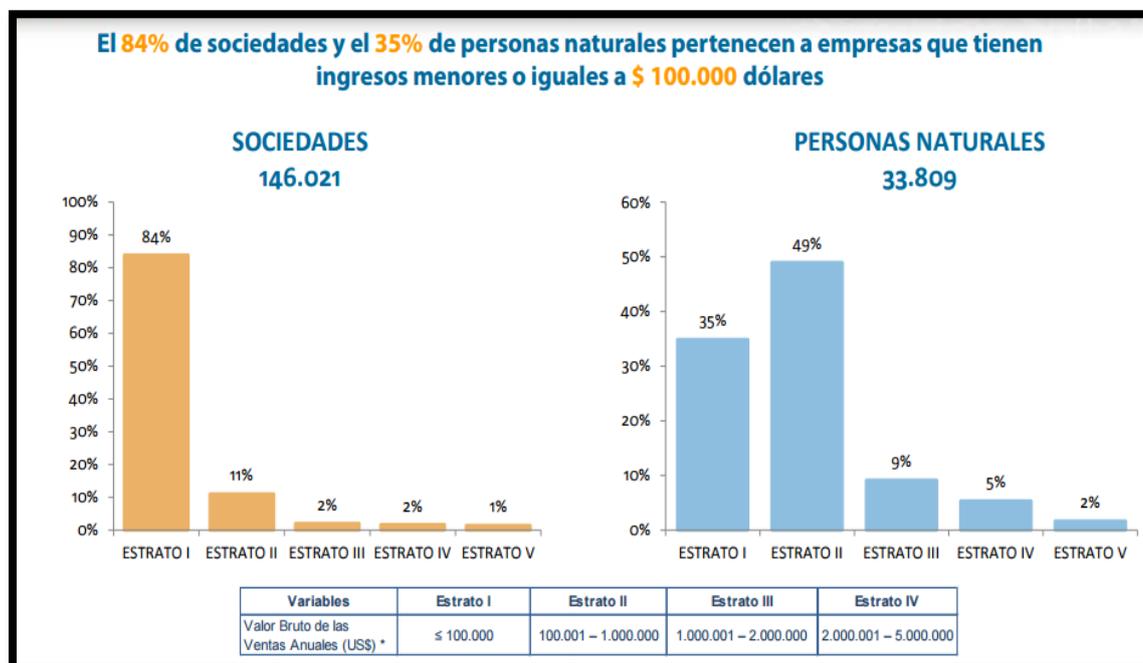


Gráfico 7: Clasificación por Ventas

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

❖ **Socioculturales:**

En el Ecuador el aspecto social y cultural es un factor de gran influencia al momento de tomar decisiones, por lo cual es relevante sobre las actividades económicas de las PYMES. Además el SRI ha hecho énfasis en la creación de una cultura tributaria; así como, a la aplicación de nuevos tributos, que puede significar una oportunidad de negocio al identificar las falencias del mercado y ofrecer los servicios especializados para solucionar los problemas que se presenten en las empresas en materia tributaria y dentro del marco legal vigente.

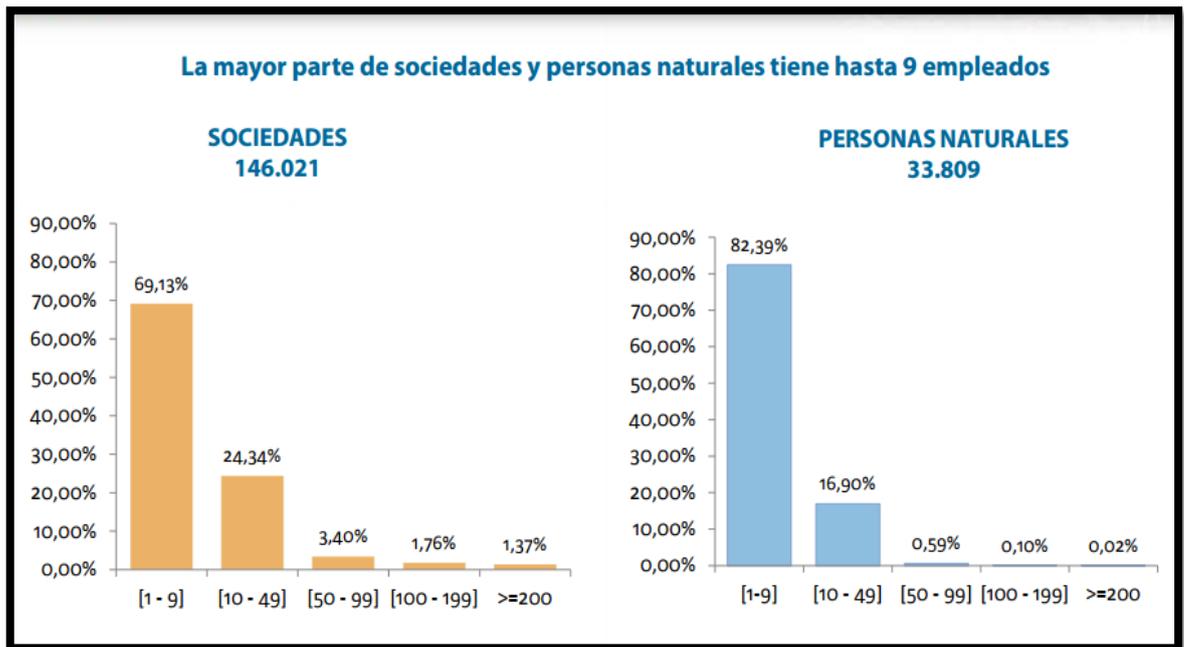


Gráfico 8: Empresas por Rango de Personas Afiliadas

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

ELABORADO POR: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

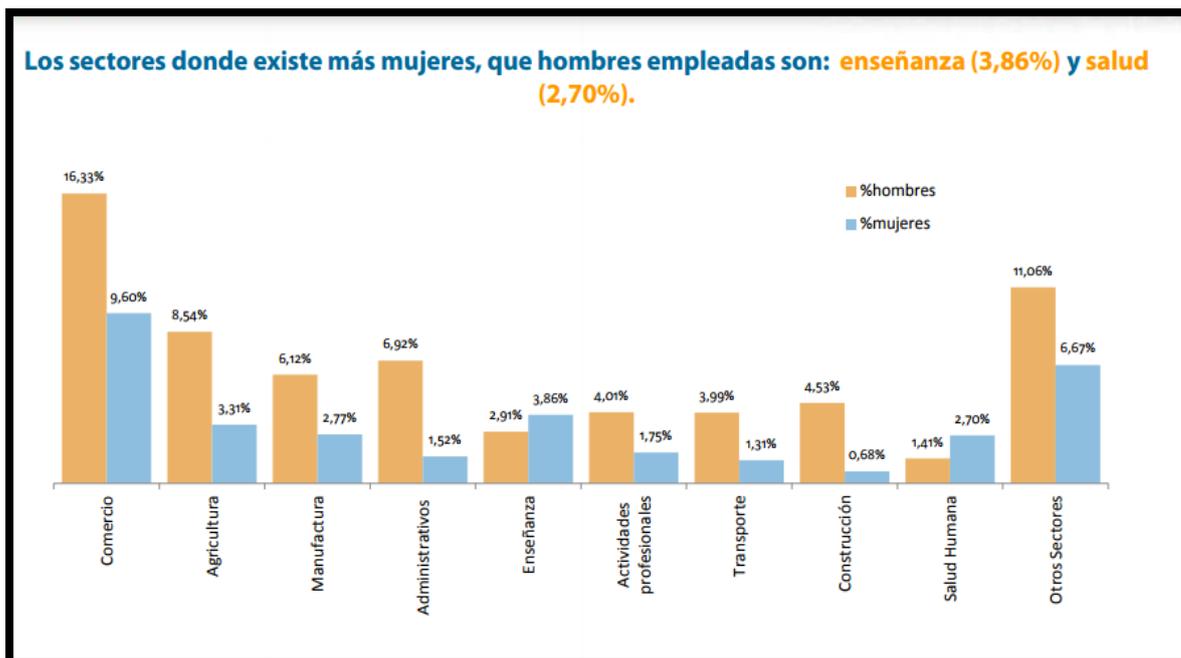


Gráfico 9: Personal Afiliado por Género

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

ELABORADO POR: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

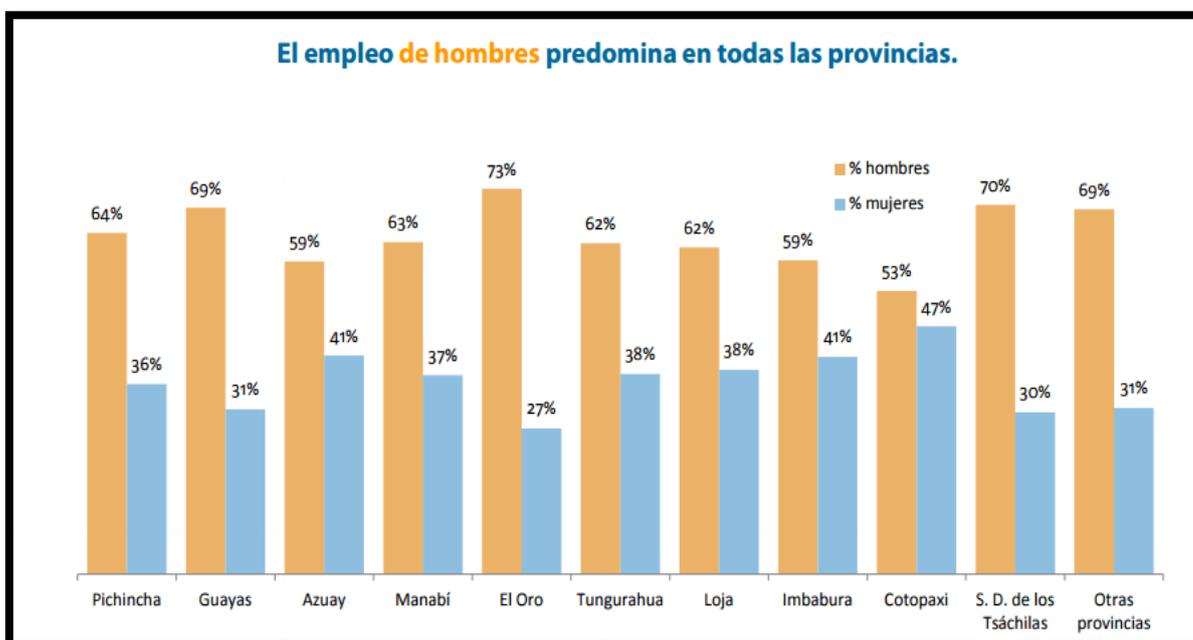


Gráfico 10: Personal Afiliado por Provincia y Género

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS

❖ **Legal:**

El clima político puede afectar considerablemente la existencia y el futuro de una empresa. La inestabilidad política de un país hace que el riesgo de invertir, crezca y la inversión se paralice o disminuya.

La legislación ecuatoriana ha sufrido modificaciones fundamentales; también, se han creado nuevas leyes que deben ser conocidas para su correcta aplicación y cumplimiento tanto por los ciudadanos como por las empresas.

Cumplir la normativa vigente en el país permite a las empresas desarrollar sus actividades en forma normal, funcionar legalmente ofrece a la empresa la tranquilidad de saber que se está realizando las cosas como se debe hacer.

❖ **Tecnológico:**

La tecnología es una herramienta fundamental para el desarrollo del servicio de asesoría contable, tributaria y financiera. Contar con tecnología de punta, brindar un servicio de calidad ya que permitirá optimizar el uso del tiempo y de los recursos de la empresa. Y ofrecer a los clientes servicio eficiente y eficaz en forma ágil y oportuna. Se hará uso de las TIC'S y software contable actualizado, que ofrezca las mejores herramientas y resultados. Después se buscara el desarrollo de software propio que respondan estrictamente a las necesidades.

A pesar que el impacto de las TIC en el desempeño de las empresas ha sido ampliamente estudiado a nivel internacional, pero no ha sido así a nivel regional o nacional. Por lo tanto no existen evidencias consistentes respecto al impacto de las TIC en las PYMES ecuatorianas. Ricardo Monge (2005) declara: “El uso y adopción de las TIC por parte de las PYMES, constituye una importante innovación que podría mejorar su productividad, competitividad, siempre y cuando se adopten otras políticas que

combaten, los obstáculos o restricciones que enfrentan estas empresas para su desarrollo, en cada uno de los países”.

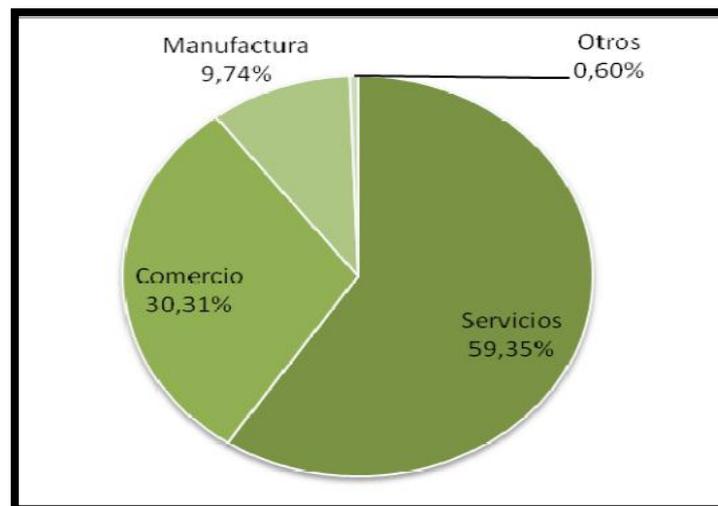
Las TIC pueden cumplir diferentes papeles en la empresa, dependiendo del área de su aplicación, como:

- Información: búsqueda de la información importante, reducción de los costes, deslocalización de la producción, centros de atención al cliente, mejor conocimiento del entorno, mejora de la eficacia de la toma de decisiones.
- A nivel de la estructura de la empresa y de la gestión del personal: organización menos jerarquizada, distribución sistemática y práctica de la información, mejor gestión de recursos humanos.
- A nivel comercial: extensión del mercado potencial (comercio electrónico), una reducción de los costes logísticos, desarrollo de las innovaciones en productos y servicios, respuestas a las necesidades de los consumidores, mejora de la imagen de marca de la empresa.

Según INEC (2010), en el Ecuador 51.389 empresas utilizan Internet⁴: 59,35% de las empresas del área de servicios utiliza Internet, seguido por las empresas del área de comercio (30,31%) y de las de manufactura (9,74%).

Gráfico 11:

**Utilización
Internet
Tipo de
Empresas**



**de
Según**

FUENTE: Censo Nacional Económico 2010

ELABORADO POR: Censo Nacional Económico 2010

Las estadísticas muestran que en las empresas pequeñas se utiliza menos Internet que en las empresas grandes. En el año 2010 en las microempresas solo 9,1% del personal utilizaba Internet, en las empresas pequeñas 56,1% y en las empresas medianas alrededor de 75 %.

Tabla 7: Uso de Internet Según el Total del Personal Ocupado

PERSONAL OCUPADO	POCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE INTERNET
>500	84,2%
200-499	79,8%
100-199	76,9%
50-99	72,1%
10-49	56,1%
1-9	9,1%

FUENTE: Censo Nacional Económico 2010

ELABORADO POR: Censo Nacional Económico 2010

De acuerdo con Infoeconomía (2012), mientras más grande es el tamaño de la empresa, es mayor la tendencia al uso de Internet.

En el año 2010, 23,5% de las PYMES en Guayas utilizaban Internet, 21,8% en Pichincha y 3,3% en Chimborazo.

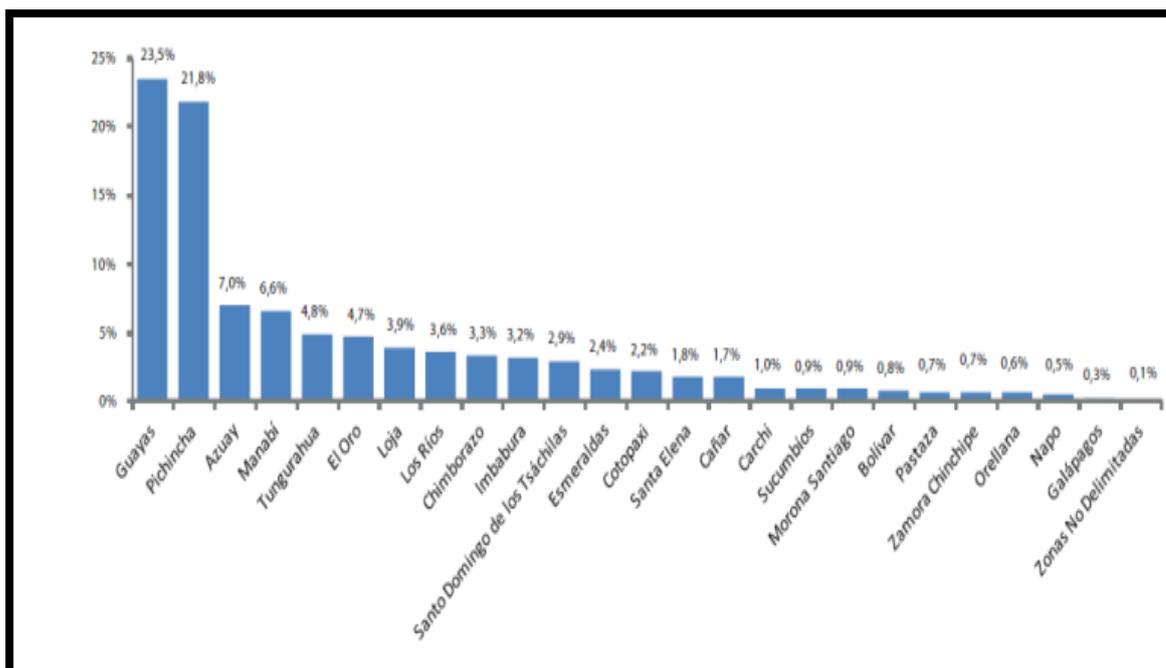


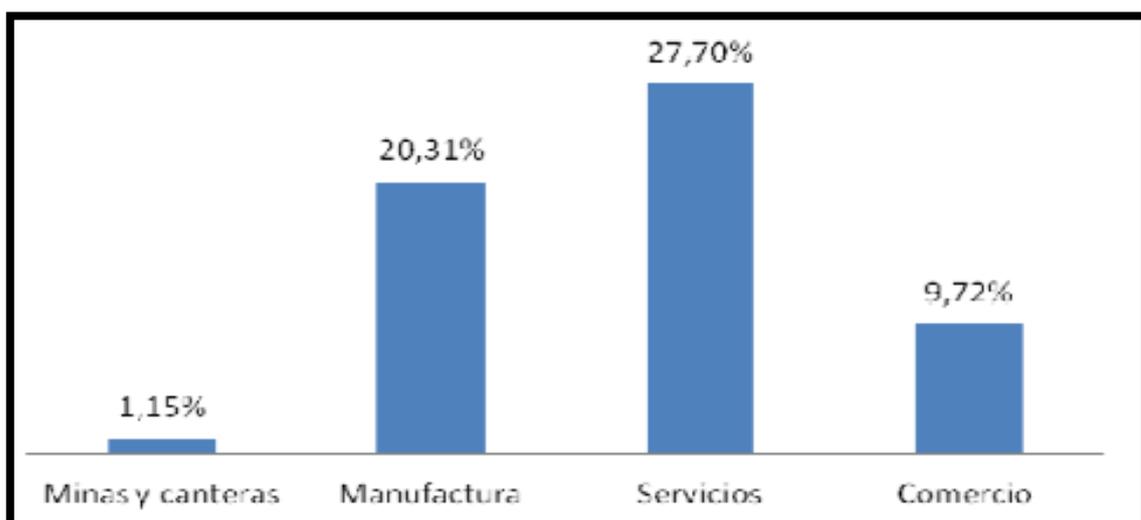
Gráfico 12: Empresas con Internet por Provincias

FUENTE: Censo Nacional Económico 2010

ELABORADO POR: Censo Nacional Económico 2010

Según la misma fuente, 27,7% de las empresas innovadoras son del área de servicios, seguidas por manufactura (20,32%) y comercio (9,72%).

Gráfico 13: Empresas Innovadoras por Actividad Económica



FUENTE: INEC 2011

4.3.1.2. Microentorno:

Este análisis permitirá conocer, cómo afectan los factores internos o del microentorno al mercado al cual va dirigido la investigación.

4.3.2. Análisis De Porter En Función Al Sector

Las cinco fuerzas de Porter son fuerzas que afectan la rentabilidad de prácticamente cualquier sector. Un entendimiento de estas y de sus efectos sobre el sector servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría, proporcionará una visión clara de su potencial futuro.

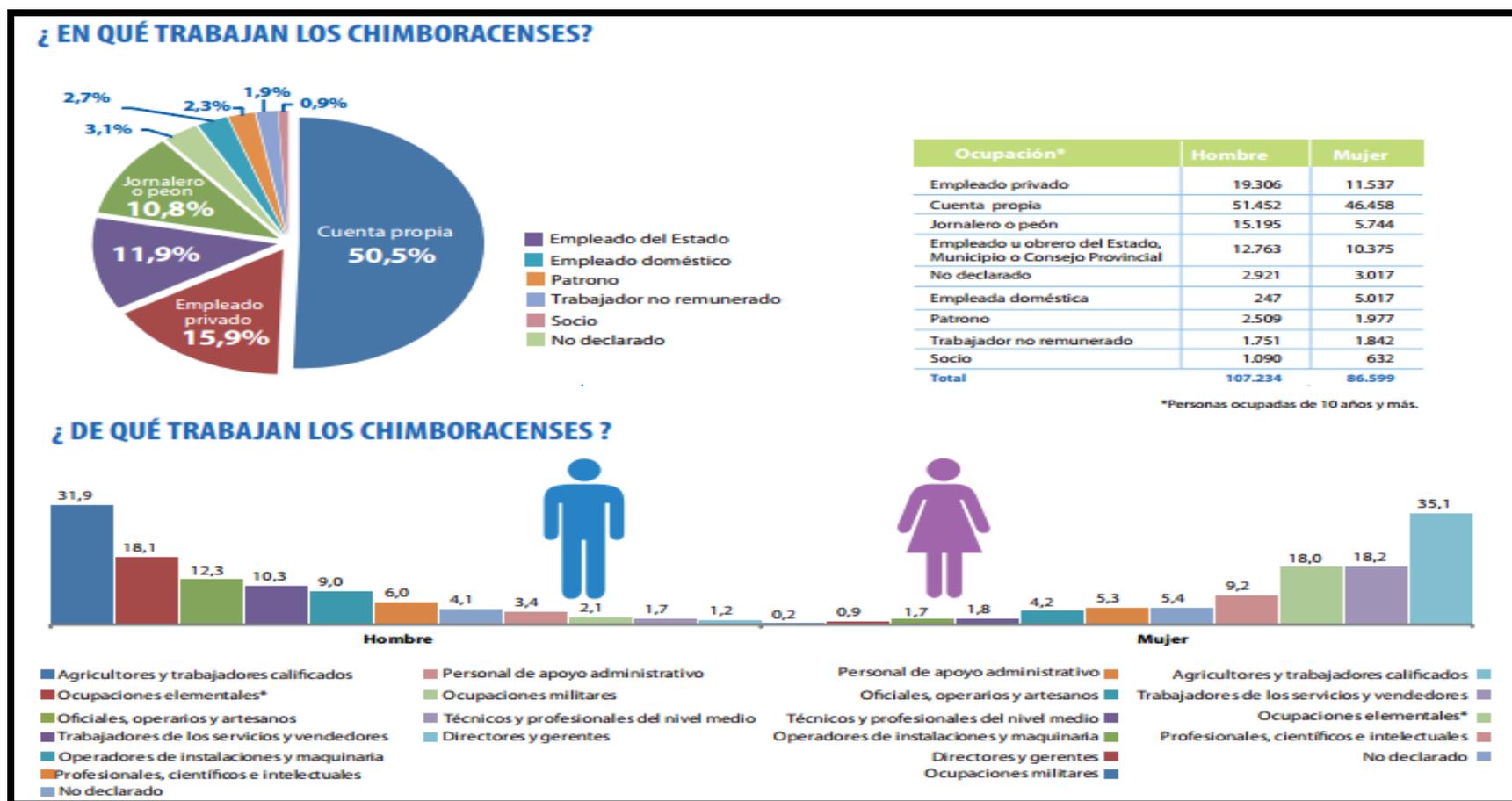
❖ Amenaza de entrada de nuevos competidores

El sector de servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría en el Ecuador está estructurado por las empresas constituidas como sociedades; así como, los Contadores Públicos Autorizados y los Contadores Bachilleres Autorizados, que serían la competencia incremental año tras año.

❖ La rivalidad entre los competidores

Como competencia se consideraría a aquellas empresas que tratan de satisfacer a los mismos clientes y las mismas necesidades, haciendo ofertas similares.

Gráfico 14: Actividades que se Dedican los Chimboracenses



FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO

POR:

INEC

CENSO

2010

De acuerdo a los datos del Censo Económico realizado en el 2010, en el país existen 1911 de estas 283 son sociedades y 1628 son empresas unipersonales que ofrecen servicios contables, de estas aproximadamente 167 pertenecen a Chimborazo, sin embargo existen un gran número de contadores públicos autorizados y contadores bachilleres autorizados que ofrecen sus servicios sin tener un establecimiento económico visible.

Si bien prácticamente todas las empresas ofertan servicios similares, sin embargo se considera que las personas naturales, tanto Contadores Públicos Autorizados (CPA) como Contadores Bachilleres Autorizados (CBA), constituirían la principal competencia, ya que pueden ofrecer un precio relativamente bajo, por lo cual el costo podría ser un factor de decisión relevante.

❖ **Poder de negociación de los proveedores**

Siendo un servicio en el que prevalece el intelecto, no existe mayor influencia o presión por parte de los proveedores. Sin embargo es muy positivo mantener muy buenas relaciones con los proveedores ya que en algún momento podrían llegar a convertirse en nuestros clientes.

La microempresa seleccionará el talento humano calificado. También se contará con una diversidad de asociados vinculados fundamentalmente a la provisión de equipo, licencias y prestación de servicios informáticos; equipamiento de áreas administrativas publicidad; suministros y mantenimiento.

❖ **Poder de negociación de los compradores:**

Ninguna empresa puede operar en todos los mercados y satisfacer todas las necesidades. La orientación al cliente requiere que la empresa defina las necesidades del cliente desde el punto de vista de este último y no desde el punto de vista de la organización.

El actual entorno, ejerce presiones legales, económicas, sociales y de mercado, esto a su vez ha incidido en los requerimientos cada vez más exigentes de las empresas en cuanto a contar con personal altamente capacitado y confiable.

Sin embargo se incrementa constantemente la necesidad de contratar servicios contables, tributarios y financieros externos. Con lo cual a más de garantizar contar con servicio de eficiente, eficaz y actualizado, permite también mantener el sigilo y reserva que muchos inversionistas consideran prioritario, también se puede considerar como ventaja el hecho que no se dependerá de un empleado al mantener servicios externos.

Frente a esta tendencia es necesario que la empresa tome las medidas necesarias para establecer propuestas en las que la opinión y preferencias de los futuros empresarios y profesionales en libre ejercicio profesional estén presentes, caso contrario el riesgo sería la disminución de

❖ **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:**

Se dice que dos productos/servicios son sustitutos cuando representan una alternativa a los consumidores/usuarios del mismo. Sin embargo, esta posición no es totalmente lineal: depende de una serie de factores, como la disponibilidad de tales sustitutos, los costos comparados, la propensión al cambio por parte de los consumidores/usuarios, la agresividad de los productores de los sustitutos, etc.

La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la institución y de la industria.

Ilustración 12: Criterios de Sustitución

<p>Los criterios usados para sustituir podrían encontrarse considerando:</p>		
<p>a. Sustitución desde el Punto de Vista de la Demanda</p> <p>Las tendencias de sustitución son percibidas como funciones similares o muy relacionadas, esto es aquellas empresas que oferten los servicios contables, tributarios y financieros. Desde esta perspectiva se puede considerar las similitudes en cuanto a oferta de paquetes de servicios.</p>	<p>b. Sustitución desde el Punto de Vista de la Oferta: El enfoque desde el punto de vista de la oferta comienza con todos los competidores que posiblemente podrían atender la misma necesidad. Esto da un panorama diferente porque explícitamente se puede considerar las similitudes en cuanto a modalidad de servicio, la oferta prácticamente se triplica, pues, casi todas las empresas trabajan bajo procedimientos similares de trabajo.</p>	<p>c. Sustituto por necesidad:</p> <p>Si se consideran dos parámetros: Cumplir con la legislación ecuatoriana y el poder adquisitivo, se pueden mencionar como sustitutos: Empresas y Asesores independientes del exterior ofreciendo servicios on-line.</p>

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.3.3. Segmentación del Mercado

❖ Definición de la Población

El proyecto se desarrollará en el Cantón Guano, por lo cual la población que se considerará en la investigación de mercado, está compuesta por las PYMES y personas que declaran existentes en el área urbana y rural. De ésta se obtendrá una muestra representativa, utilizando los métodos estadísticos que para el efecto existentes.

❖ Mercado Potencial

El mercado potencial para el proyecto está conformado por las PYMES y personas que declaran existentes en el Cantón Guano sin importar el sector al que pertenecen.

4.3.4. Investigación De Mercado

Para determinar la factibilidad operativa de la empresa de servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría es necesario el levantamiento de la información vía encuesta – muestreo a las PYMES, del Cantón Guano; además, se entrevistará a expertos que aporten con sus experiencias y conocimiento.

Con los datos obtenidos se realizará una línea de base de las necesidades que tienen las PYMES en lo referente al tratamiento de su contabilidad, tributación y finanzas.

Información que servirá para definir las estrategias, los planes de acción y el mapa estratégico que nos permitirá la toma acertada de decisiones en pro del desarrollo y mejora de la empresa.

4.3.4.1. Diseño de la Investigación de Mercado

La investigación de mercado permitirá conocer el grado de aceptación de la empresa de servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría para PYMES en el Cantón Guano.

Se espera que la investigación nos lleve a:

- Determinar las características del manejo y control contable, tributario y financiero de las PYMES y personas que declaran.
- Precisar los problemas y necesidades que enfrentan las PYMES en el aspecto contable, tributario y financiero.
- Determinar si las PYMES y personas que declaran, que están interesadas en los servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría.
- Determinar si las PYMES y personas que declaran, que están dispuestas a contratar los servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría, para el manejo y control interno.

4.3.4.2. Tipo de muestreo

El tipo de muestreo seleccionado es el aleatorio simple, porque cada unidad seleccionada tuvo la misma oportunidad de ser elegida como cualquier otra unidad participante de la muestra.

Tabla 8: Variables Para Muestreo

VARIABLES	APLICACIÓN
Conocimiento	Establecer el conocimiento contable, tributario y financiero del dueño o administrador de la PYME.
Características del Manejo y Control financiero	Determinar cómo se desarrolla, si existe control o no.
Importancia de los servicios	Establecer el grado de importancia del servicio para las PYMES.
Disposición para contratar	Identificar la disposición a contratar el servicio
Valoración del servicio	Establecer que busca en el Servicio
Precio sugestivo	Establecer cuanto estarían las PYMES dispuestas a pagar por el servicio.

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.3.4.3. Tamaño de la Muestra

Para la determinación del Tamaño de la Muestra se utilizó el algoritmo de cálculo clásico del Muestreo Aleatorio Simple de proporciones desagregado así:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

❖ Fijación de la muestra

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

4.3.4.4. Selección de la muestra:

Para la selección de la muestra se utilizará, los datos que proporciona el Censo Económico del año 2010 realizado por el INEC, que constituye la población a estudiar en nuestra investigación.

Tabla 9: Total de Población

POBLACIÓN	HOMBRES	%	MUJERES	%	
GUANO	20.495	47,8	22356	52,2	42.951

FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 10: Actividades de la Población en el Cantón Guano

ACTIVIDAD	PORCENTAJE	POBLACIÓN
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	45,5%	9185
Industrias manufactureras	15,7%	3169
Comercio al por mayor y menor	9,9%	1999
Construcción	9,0%	1817
Transporte y almacenamiento	4,1%	828
Administración pública y defensa	3,2%	646
Actividades de los hogares como empleadores	3,0%	606
Enseñanza	2,9%	585
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1,8%	363
Otras actividades de servicios	1,7%	343
Otros	3,2%	646
TOTAL	100,0%	20.187

FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.3.4.5. Cálculo de la Muestra:

n= Tamaño muestra

N = 7.287

$\sigma = 0,5$.

Z = 95% de confianza equivale a 1,96

e = 6% (0,06)

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

$$n = \frac{(7.287)(0.5)^2(1,96)^2}{(7.287-1)(0.06)^2 + (0.5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{6.998,43}{(7.286)(0.06)^2 + 0,9604}$$

$$n = 257$$

Después de aplicar el algoritmo de cálculo tenemos el tamaño de la muestra:

$$n = 257$$

Calculamos la tasa de reserva, para este caso utilizaremos el 5%.

$$\begin{aligned} &= 257 * 5\% = 13 \\ &= 257 + 13 = 270 \end{aligned}$$

Obtenemos una muestra ajustada de:

$$\mathbf{Muestra\ Total = 270}$$

4.3.4.6. Diseño del formulario

El diseño de los formularios se realizó en base ha:

Los Objetivos planteados en la propuesta: Estudio de Factibilidad para la Creación de una Consultoría (Microempresa) de Servicios Contables en el Cantón Guano Provincia de Chimborazo.

Las variables a desarrollar se dividen en: Endógenas y Exógenas

Las variables están conformadas por: números y valores, desagregados en forma clara y sencilla clasificados de la siguiente manera:

- Conocimientos en Contabilidad, Tributación y finanzas
- Características del Manejo y Control Contable
- Importancia de los Servicios
- Disposición para contratar el servicio
- Valoración del Servicio
- Precio sugestivo

❖ Operativo de campo

Para la recolección de datos de las PYMES y personas que necesitan de servicios contables, financieros y tributarios, se la realizó mediante encuestas a los establecimientos y casas puerta a puerta, se mantuvo reuniones con profesionales y expertos y presidentes de cada sector.

❖ **Procesamiento de la información**

Se tabuló y procesó el levantamiento de información, se elaboró una base de datos en el programa estadístico proporcionado con esta finalidad para el respectivo procesamiento de la información se generó el diccionario con la información obtenida.

En este programa podemos categorizar las variables que van a ser utilizadas para realizar el análisis del aspecto contable, tributario y financiero de las PYMES y demás personas en Guano.

4.3.4.7.Tabulación y Análisis

En base a la encuesta realizada a las PYMES y a las personas tributables del Cantón Guano, se obtuvo información que permite realizar el diagnóstico del manejo y control de su contabilidad, tributación y finanzas, contando de esta manera con información actualizada que permitirá clarificar la factibilidad de crear la empresa de servicios contables, tributario, financieros y de asesoría. Facilitará la elaboración del plan estratégico que contendrá las estrategias directivas, los planes de acción, así como el cuadro de mando integral.

4.3.4.8.ENCUESTA:



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Estimado Señor/a:

Con la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de una Consultoría Contable en el Cantón Guano, le agradecemos contestar el presente cuestionario.

Indique con una X, como califica el tema planteado.

Gracias por su colaboración.

1) ¿Tiene Ud. conocimientos de contabilidad, tributación y finanzas?

SI

NO

2) ¿Cómo se realiza el servicio y control contable, tributario y financiero en su empresa?

Control Interno

Servicio y control externo

Ningún tipo de control

3) ¿Considera importante la asesoría y el servicio externo contable, tributario y financiero?

SI

NO

4) ¿Estaría dispuesto a contratar servicios contables, tributarios y financieros y de asesoría?

SI

NO

5) ¿Qué busca al contratar servicio contable, tributario y financiero y de asesoría?

Veraz y Oportuna

Control Imparcial

Confidencialidad

Asesoría legal actualizada

Trabajo organizado

Servicio inmediato y personalizado

6) ¿Qué valor da a cada una de las características del servicio contable, tributario, financiero y de asesoría al momento de contratarlo?

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NADA IMPORTANTE
Conocimiento				
Experiencia Profesional				
Seguridad Legal				
Ahorro Tiempo				
Precio				
Ética Profesional				
Eficiencia				
Confidencialidad				

7) El servicio contable, tributario y financiero o de asesoría, pretende satisfacer las necesidades de su empresa. ¿Establezca un puntaje de acuerdo a la importancia que tiene para Ud. los beneficios que obtendrá al contratar el servicio?

Se asignara de 1 a 4. Siendo 1 la calificación más alta.

BENEFICIOS AL CONTRATAR	1	3	3	4
Cumpliendo Obligaciones				
Registro Contable Actualizados				
Disminución de Costos				
Control Eficiente				
Resultados Económicos Reales				
Servicio Profesional y Actualizado				
Confidencialidad				

8) ¿Cuáles son los elementos que determinan el costo del servicio contable, tributario y financiero y/o de asesoría?

- Conocimientos y Experiencia Profesional
- Volumen de Información
- Tiempo de Entrega
- Forma comunicación (presencial – teléfono – Online)
- Frecuencia de comunicación
- Tecnología Utilizada
- Visitas realizadas

4.3.4.9. Análisis de las encuestas

Se realizaron 270 encuestas, a los propietarios o representantes legales de las PYMES y personas que declaran, del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo obteniendo los siguientes resultados.

Análisis

1) ¿Tiene Ud. conocimientos de contabilidad, tributación y finanzas?

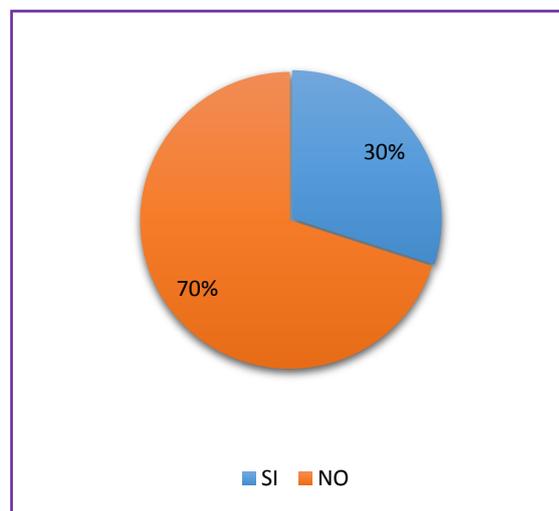
Tabla 11: Conocimiento de Contabilidad, Tributación y Finanzas

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	81	30%
NO	189	70%
TOTAL	270	100%

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 15: Conocimiento de Contabilidad, Tributación y Finanzas



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

De acuerdo a la información obtenida en las encuestas se puede evidenciar que un 30% tienen conocimientos en contabilidad, tributación y finanzas. El 70% de las personas encuestadas no tienen conocimientos, lo cual ha provocado problemas en el manejo y control interno.

La falta o escaso conocimiento contable, tributario y financiero se convierte en un limitante para la toma de decisiones. Situación que se convierte en una gran oportunidad para ofrecer el servicio de asesoría especializada que permita manejar las finanzas de manera eficiente.

2) ¿Cómo se realiza el servicio y control contable, tributario y financiero en su empresa?

Tabla 12: Control de Contabilidad, Tributación y Finanzas

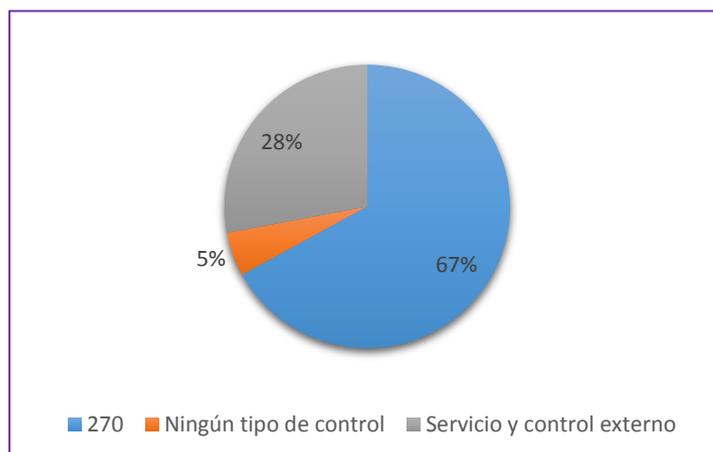
CONTROL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Control Interno	181	67%
Ningún tipo de control	14	5%
Servicio y control externo	76	28%
TOTAL	270	100%

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 16:

Control de



Contabilidad, Tributación y Finanzas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede observar que el 67% aplica el control interno en el manejo de su contabilidad, tributación y finanzas. El 28% utiliza los servicios de empresas que realicen el control y el 5% no utiliza ningún tipo de control.

Las PYMES y demás personas, requieren de asesoría para aplicar de manera eficiente el control interno, razón por la cual se podría la demanda del servicio puede llegar a incrementarse; pero es importante que los representantes de las PYMES comprendan la importancia de contar con servicio especializado que a largo plazo será una de las mejores inversiones que realizará la empresa.

3) **¿Considera importante la asesoría y el servicio externo contable, tributario y financiero?**

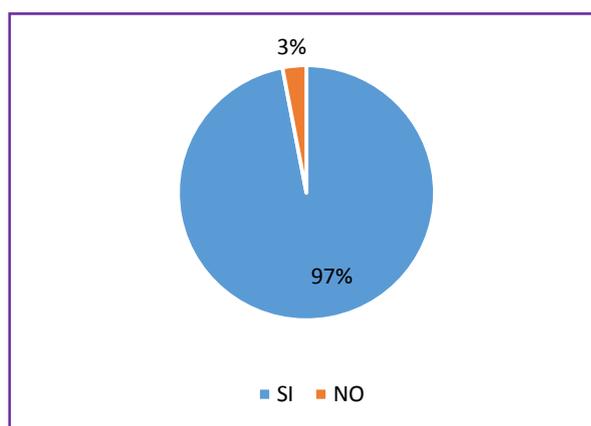
Tabla 13: Importancia de la Asesoría Contable, Financiera y Tributaria

IMPORTANCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	262	97%
NO	8	3%
TOTAL	270	100%

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 17: Importancia de la Asesoría Contable, Financiera y Tributaria



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

El 97% de las personas encuestadas consideran que las políticas que rigen el SRI y en general la administración tributaria, han dado un cambio contundente; por lo cual, el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera ha tomado un papel preponderante, ya que permite conocer y cumplir con eficiencia las obligaciones emitidas por los organismos estatales. Apenas el 3% considera que no es importante.

Existe una gran oportunidad de ofertar el servicio, pues casi el 100% de los encuestados, siente la necesidad de contar con asesoría profesional y especializada de acuerdo al nivel de desarrollo que el país está experimentando.

4) ¿Estaría dispuesto a contratar servicios contables, tributarios y financieros y de asesoría?

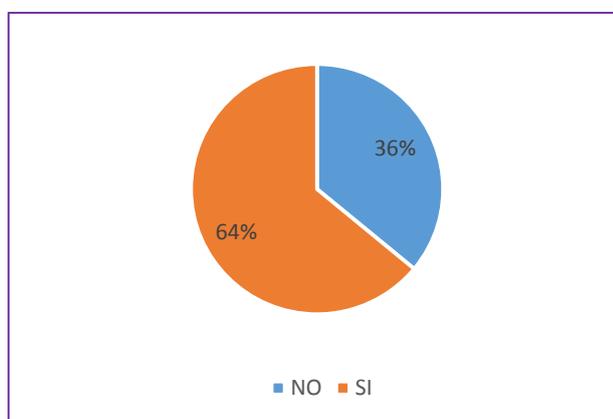
Tabla 14: Contratar Servicios Contables, Financieros y Tributarios

CONTRATAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	173	64%
NO	97	36%
TOTAL	270	100%

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 18: Contratar Servicios Contables, Financieros y Tributarios



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede observar que el 64% de las encuestas están dispuestas a contratar los servicios externos. En cambio el 36% no consideran necesario.

Se debe considerar que la gran mayoría de PYMES, requieren de asesoría especializada para lograr su desarrollo; sin embargo, será necesario romper el estigma de que contratar servicios externos son muy caros y ofertar un servicio de calidad a precios razonables.

5) ¿Qué busca al contratar servicio contable, tributario y financiero y de asesoría?

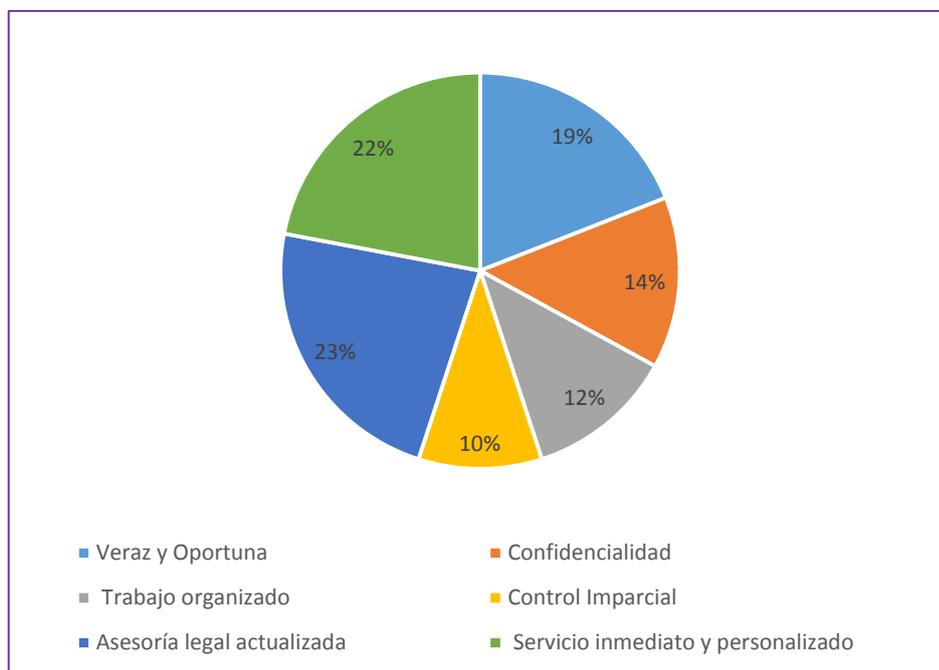
Tabla 15: Que busca al Contratar Contables, Financieros y Tributarios

BUSCA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Veraz y Oportuna	51	19%
Confidencialidad	38	14%
Trabajo organizado	32	12%
Control Imparcial	27	10%
Asesoría legal actualizada	62	23%
Servicio inmediato y personalizado	59	22%
TOTAL	270	100%

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 19: Que busca al Contratar Contables, Financieros y Tributarios



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

Los encuestados buscan un proveedor de servicios contables, tributarios y financieros y/o de asesoría que le asegure contar con información Veraz, en base a la cual tomar decisiones, con un 23% contar con asesoría legal actualizada, que sea veraz y oportuno 19%, así como que el servicio sea personalizado 22%, exista trabajo organizado 12%, confidencialidad 14% y un control imparcial del 10%.

Satisfacer las necesidades manifestadas es posible a través de la prestación de los servicios profesionales y especializados; por lo cual, conociendo que requieren las se puede ofrecer un servicio de calidad que le permita tomar la decisión de contratar nuestros servicios.

6) ¿Qué valor da a cada una de las características del servicio contable, tributario, financiero y de asesoría al momento de contratarlo?

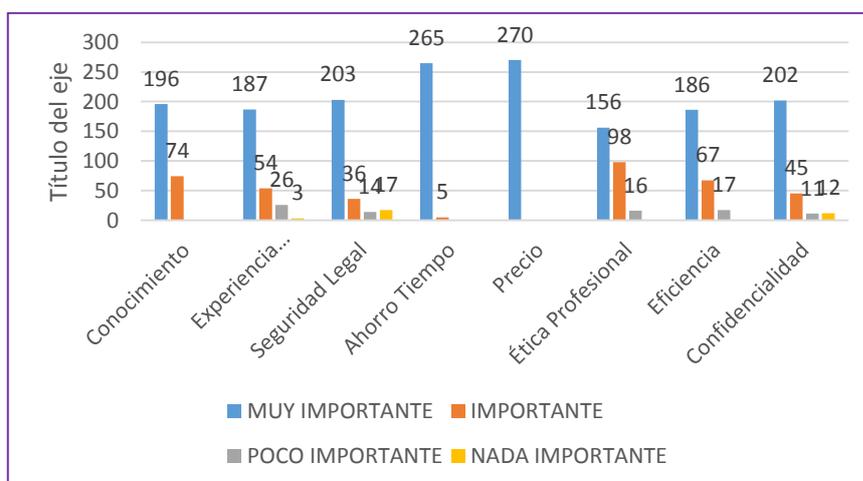
Tabla 16: Características de los Servicios

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NADA IMPORTANTE
Conocimiento	196	74		
Experiencia Profesional	187	54	26	3
Seguridad Legal	203	36	14	17
Ahorro Tiempo	265	5		
Precio	270			
Ética Profesional	156	98	16	
Eficiencia	186	67	17	
Confidencialidad	202	45	11	12

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 20: Características de los Servicios



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

Los encuestados, consideran que en el servicio contable, tributario, financiero y de asesoría, el valor que más influye en la decisión de contratar a un proveedor determinado es el conocimiento, en segundo lugar el precio, luego el trabajo eficiente, después la confidencialidad de la información, la seguridad de que todo está manejado y registrado observando la leyes, normas y reglamentos dispuestos para el efecto, en último lugar tenemos que el ahorro de tiempo sin dejar de ser una característica importante.

El servicio que ofrecerá la empresa debe ser integral; es decir, que debe estar compuesto por todas y cada una de las características citadas y que se considera necesarias. Razón por la cual deberán ser incluidas al momento de que la empresa incluya sus actividades.

- 7) El servicio contable, tributario y financiero o de asesoría, pretende satisfacer las necesidades de su empresa. ¿Establezca un puntaje de acuerdo a la importancia que tiene para Ud. los beneficios que obtendrá al contratar el servicio? Se asignara de 1 a 4. Siendo 1 la calificación más alta.**

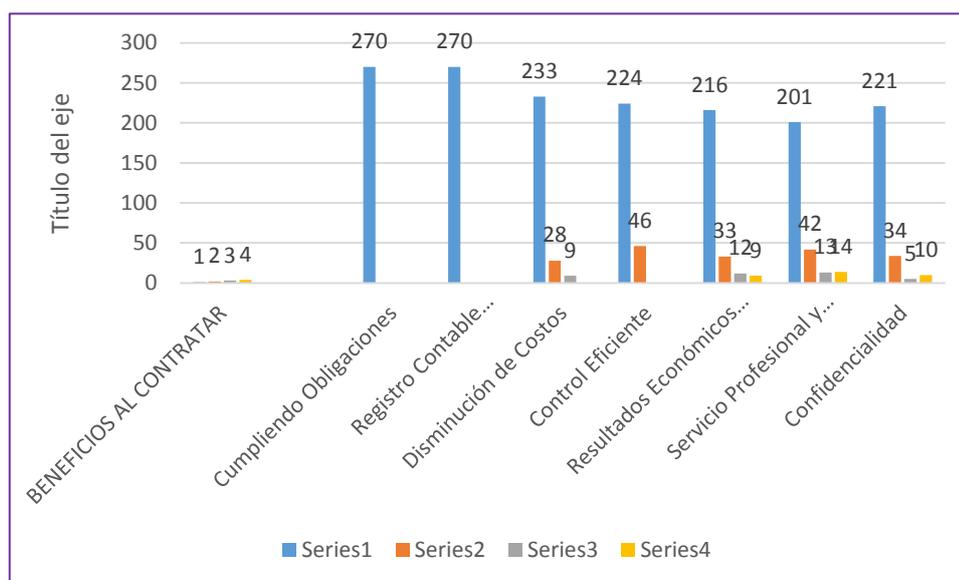
Tabla 17: Beneficios al Contratar

BENEFICIOS AL CONTRATAR	1	2	3	4
Cumpliendo Obligaciones	270			
Registro Contable Actualizados	270			
Disminución de Costos	233	28	9	
Control Eficiente	224	46		
Resultados Económicos Reales	216	33	12	9
Servicio Profesional y Actualizado	201	42	13	14
Confidencialidad	221	34	5	10

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 21: Beneficios al Contratar



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

De acuerdo a la encuesta realizada, calificaron los beneficios de contratar el servicio de la siguiente manera: el cumplimiento de obligaciones es considerado el principal beneficio que esperarían obtener, en segundo lugar contar con registros contables actualizados, en tercer lugar la disminución de costos, proporcionar un control eficiente, resultados económicos y financieros reales y la confidencialidad.

A partir de la cultura tributaria implementada por el SRI, se ha convertido en una prioridad de las PYMES y personas tributables, el cumplimiento de las obligaciones tributarias de manera oportuna por lo cual contar con un servicio externo que le ofrezca esto y otros beneficios será de suma importancia, que le permitan el progreso de la empresa.

8) ¿Cuáles son los elementos que determinan el costo del servicio contable, tributario y financiero y/o de asesoría?

Tabla 18: Elementos que Determinan el Costo

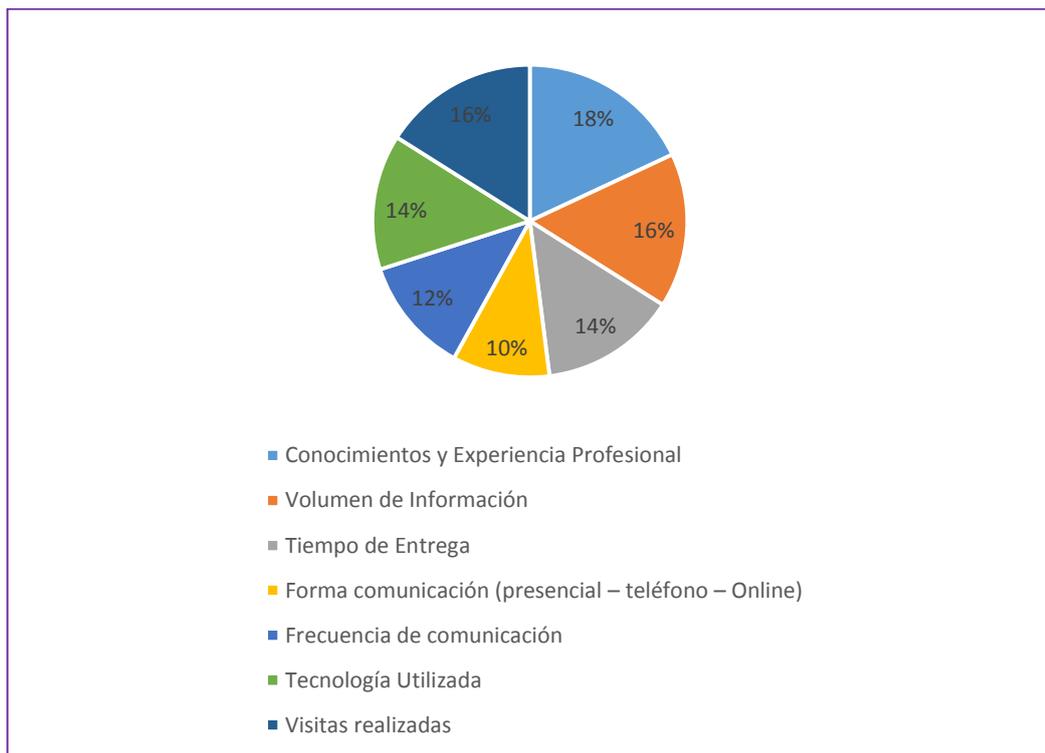
ELEMENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

Conocimientos y Experiencia Profesional	49	18%
Volumen de Información	43	16%
Tiempo de Entrega	38	14%
Forma comunicación (presencial – teléfono – Online)	27	10%
Frecuencia de comunicación	32	12%
Tecnología Utilizada	38	14%
Visitas realizadas	43	16%
TOTAL	270	100%

FUENTE: Aplicación de Encuestas

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 22: Beneficios al Contratar



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

Las encuestadas realizadas consideran como el factor principal para determinar el costo es el conocimiento con un 18%, el volumen de información y las visitas realizadas con el 16%, la tecnología utilizada y el tiempo de entrega con un 14% cada uno, la frecuencia de comunicación con el 12% y la forma de comunicación con un 10%.

Ofrecer un servicio de calidad a un precio razonable permitirá a la empresa romper la barrera de los precios altos en servicios especializados y de calidad para ofrecer a las PYMES y demás proveedores, de ésta manera propiciar que tomen la decisión de contratar los servicios.

❖ **Análisis General**

De acuerdo al resultado de las encuestas realizadas a las PYMES y personas que declaran del Cantón Guano (área urbana y rural) se puede evidenciar aspectos fundamentales que deben ser tomados muy en cuenta por la empresa.

- Los conocimientos sobre contabilidad, tributación y finanzas son muy bajo lo cual causa problemas en el manejo económico y financiero. Pues alcanza el
- 30% del total de las encuestadas.
- El 67% ejercen el control interno de manera directa sin contar con los instrumentos necesarios para lograr resultados eficientes por carecer de conocimientos especializados.
- Casi el 100% de las consideran que el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera es importante para el desarrollo de sus actividades.
- El 64% estarían dispuestas a contratar el servicio externo por lo cual es una oportunidad para los intereses de la empresa.
- Los encuestados esperan encontrar un servicio con características que respondan a sus necesidades de: confidencialidad, asesoría legal, cumplimiento oportuno de sus obligaciones entre otros.

- Consideran que el conocimiento es el elemento principal de un servicio eficiente siempre que este acompañado de ética.
- El 70% manifiestan que al contratar el servicio pueden perder la confidencialidad de su información.
- Para el costo es considerado un aspecto que limita o impide la contratación del servicio; ya que, existe una fuerte percepción de que el mejor servicio es el más costoso. Por lo cual existe la oportunidad de demostrar que se puede ofrecer servicio de calidad a precio accesible.
- El volumen de transacciones es un factor determinante en la fijación de precios de los servicios que ofertará la empresa.

4.3.5. Análisis De La Demanda

El mercado se lo puede dividir geográficamente en naciones, estados, provincias, distritos metropolitanos, cantones, parroquias, establecimientos económicos. Esta división, obedecerá a la actividad de la empresa, la magnitud de las operaciones y el capital de trabajo que se requerirá.

El segmento seleccionado corresponde a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) y personas que declaran por las actividades que realizan, del Cantón Guano (zona urbana y rural) de todos los sectores económicos existentes.

La demanda del servicio contable, tributario y financiero y de asesoría, en la actualidad es de suma importancia para todas las personas naturales o jurídicas que realizan una actividad económica, ya que deben cumplir con una serie de obligaciones, para lo cual necesitan conocer las leyes que rigen las actividades económicas y financieras, actualizar los mecanismos utilizados para el registro de sus operaciones comerciales.

La demanda del servicio depende de elementos que convergen y determinan la necesidad de satisfacerlo como son: la necesidad de contar con un servicio actualizado, eficiente y eficaz, el precio, el alcance de la inversión, su nivel de ventas e ingresos, etc.

Establecer la demanda del servicio contable, tributario y financiero y de asesoría de PYMES y personas que declaran, permitirá determinar la cantidad de clientes potenciales, revelará sus necesidades y evaluará la oportunidad de entregar soluciones oportunas y eficaces para el desarrollo de las PYMES y de personas que realizan actividades con obligación de declarar.

La empresa tendrá una ubicación estratégica, que sea de fácil acceso y se pueda llegar sin ningún tipo de problemas, por lo cual se ha considerado ubicarlo en el centro del Cantón Guano.

4.3.5.1.El Mercado Meta

El proyecto tomará como mercado meta las PYMES y personas que declaran por sus diferentes actividades existentes en el Cantón Guano (área urbana y rural) sin importar el sector al que pertenecen.

De acuerdo al Censo Económico realizado en el año 2010, en el Cantón Guano (área urbana y rural) existen **7.287** personas que declaran en diferentes actividades.

Nuestro mercado meta son todas las personas, comerciales, profesionales que declaran por realizar sus actividades (zona urbana y rural), por lo cual es importante conocer la cantidad de clientes potenciales que la empresa podría llegar a servir.

El mercado guaneño al cual se pretende servir, se caracteriza porque presenta muchos cambios en el ámbito económico, tributario, financiero e incluso social, sin dejar de lado el avance tecnológico que puede ser aplicado. Se han creado leyes y reglamentos y se han producido muchas reformas a la normativa ya vigente. Situación encaminada a

establecer una cultura tributaria en toda la población ecuatoriana y en particular crea la necesidad de aplicar prácticas efectivas en sus registros.

Por lo cual, la búsqueda de consultoría y asesoramiento se ha incrementado e incluso ha llevado a que tomen la decisión de contratar los servicios externos de contabilidad, tributación y finanzas.

La contratación de servicios de consultoría y asesoría generalmente cobra mayor énfasis, en los meses cercanos al vencimiento de los plazos de entrega de información a los organismos estatales de control, como SRI y Superintendencia de Compañías y de Bancos, entre otros.

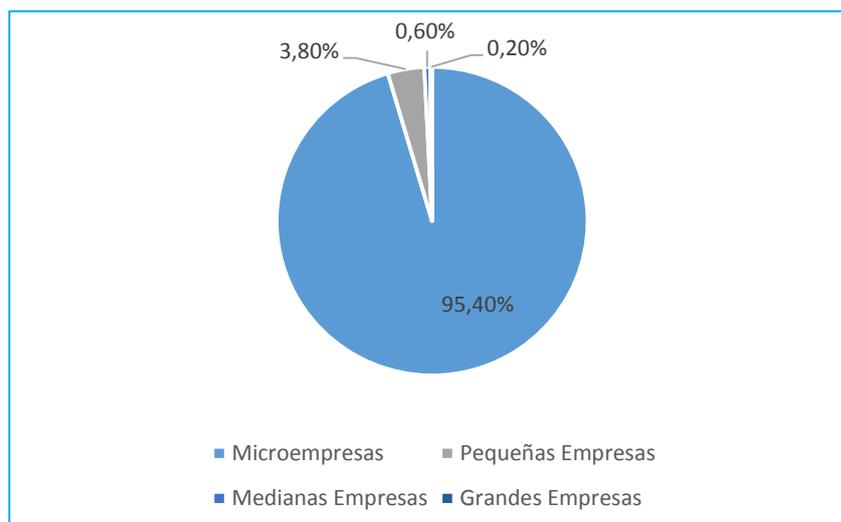
La competencia potencial es amplia, compuesto por empresas de personas naturales y de personas jurídicas, contadores individuales. Sin embargo el servicio personalizado, con calidez y de calidad a un precio competente permitirá a la empresa captar gran parte de este mercado.

En la actualidad muchas PYMES, están comprendiendo que tercerizar el servicio contable, tributario y financiero puede ser la mejor decisión que tomen, no solo porque contarán con registros e informes veraces y oportunos sino que además podrán dedicar sus esfuerzos al desarrollo de su negocio.

4.3.5.2.Determinación de la demanda:

Para determinar la demanda existente en el Catón Guano, se empezará con el análisis basándonos en el Censo Económico realizado en el año 2010 en el Ecuador, lo cual ya sabemos que en el Cantón Guano (área urbana y rural) existen **7.287** personas que declaran en diferentes actividades.

Gráfico



Empresas Nacionales por Tamaño

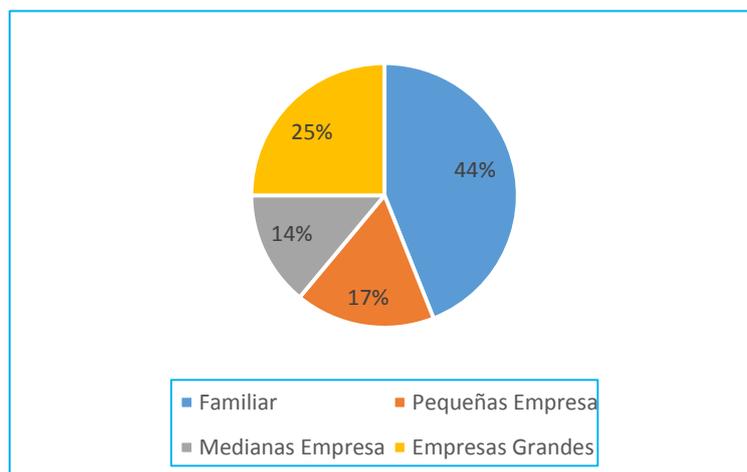
FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

De acuerdo a ésta Información en el Ecuador existen 95,4% microempresas, 3,8% pequeñas empresas, 0,6% medianas empresas y el 0,2% de grandes empresas. Evidenciando la importancia que tienen las PYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) en el desarrollo del país.

Gráfico 24: Aporte Generación de Empleo



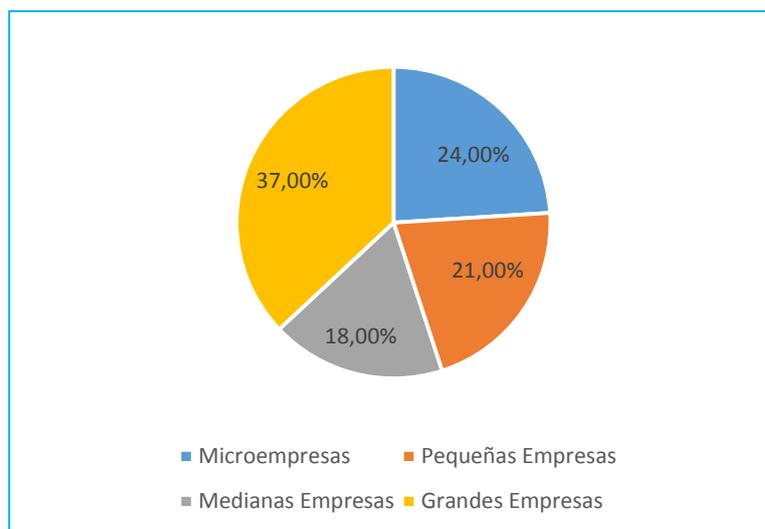
FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

Las PYMES aportan con mayor generación de empleo, las microempresas con el 44% que generalmente son de tipo familiar creando empleo para toda la familia, el 17% es generado por las pequeñas empresas, el 14% es generado por las medianas y con 25% por las empresas grandes que deberían ser las que más fuentes de empleo crean.

Gráfico 25: Aporte Generación de Ventas



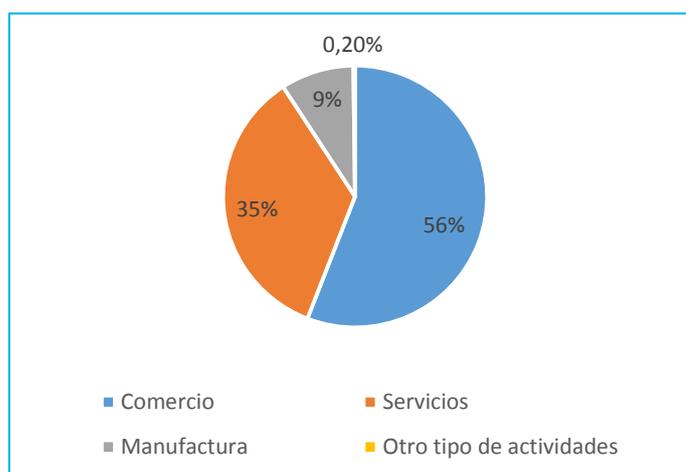
FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

De acuerdo a esta información y como es lógico, el mayor ingreso por ventas lo obtiene la grande empresa con el 37%, sin embargo podemos resaltar que las microempresas generan ingresos por ventas equivalente al 24%, porcentaje muy significativo sobre todo porque es el sector que abarca a las empresas que tienen un capital menor, las pequeñas con el 21% y las medianas con el 18%, con lo cual se confirma la importancia de las PYMES para el desarrollo del país.

Gráfico 26: Microempresas a Nivel Nacional



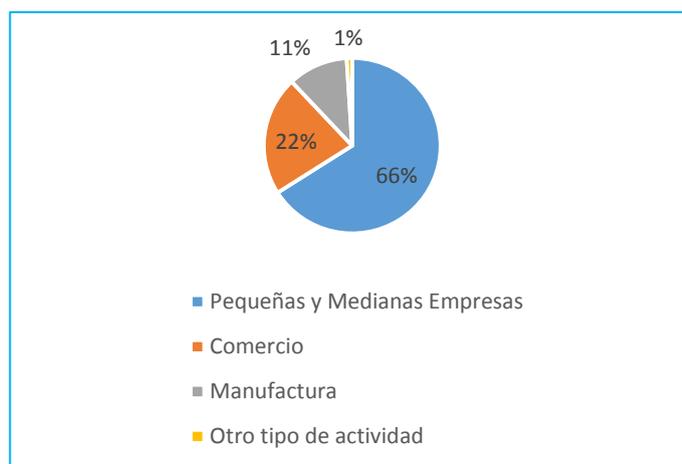
FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

Se puede observar que las Microempresas tienen como actividad principal el comercio con el 56%, servicios con el 35%, manufactura el 9% y otro tipo de actividades como la agricultura, minas, organizaciones extractivas el 0,2%.

Gráfico 27: Pequeñas y Medianas Empresas a Nivel Nacional



FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Interpretación

El sector servicios es la principal actividad a la cual se dedican las pequeñas y medianas empresas y representan el 66%, el 22% se dedica al comercio, el 11% a la manufactura y el 1% a otro tipo de actividades como la agricultura, minas, organizaciones extractivas.

4.3.6. Análisis De La Oferta

De acuerdo a los datos del Censo Económico realizado en el 2010, en el país existen 1911 de estas 283 son sociedades y 1628 son empresas unipersonales que ofrecen servicios contables, de estas aproximadamente 167 pertenecen a Chimborazo aproximadamente, sin embargo existen un gran número de contadores públicos autorizados y contadores bachilleres autorizados que ofrecen sus servicios sin tener un establecimiento económico visible.

A más de existir consultorías y asesorías contables aproximadamente existen 583 profesionales en todo Chimborazo de esta rama administrativa, pero no todos inscritos en el Colegio de Contadores de Chimborazo por lo que en su mayoría no se dedican a prestar estos servicios.

4.3.7. Determinación De La Demanda Insatisfecha

Después de establecer la oferta y la demanda potencial para el servicio contable, tributario y financiero, en base a los datos tomados del Censo Económico realizado por el INEC en el año 2010 entre otras fuentes secundarias.

Se puede determinar claramente, que existe un alto número de PYMES y personas que declaran, que no cuentan con el servicio contable, tributario, financiero y de asesoría. Sobre todo las microempresas las mismas que por sus características propias no han buscado contar con este servicio.

Es necesario recalcar que la época actual, la cultura tributaria toma importancia, ya que el conocimiento de las leyes, permite cumplirlas de manera eficiente y aprovechar las oportunidades que el crecimiento económico actual está generando en nuestro país. La creación de nuevas PYMES, también se convierte en una oportunidad de negocio.

En el Cantón Guano, existe mercado potencial, si consideramos ese gran número de PYMES y personas que declaran, que no están siendo atendidas por las empresas de

servicios contables, tributarias, financieras y de asesoría existentes, ni por los CPA. Solamente si consideramos que cada empresa que ofrece servicios.

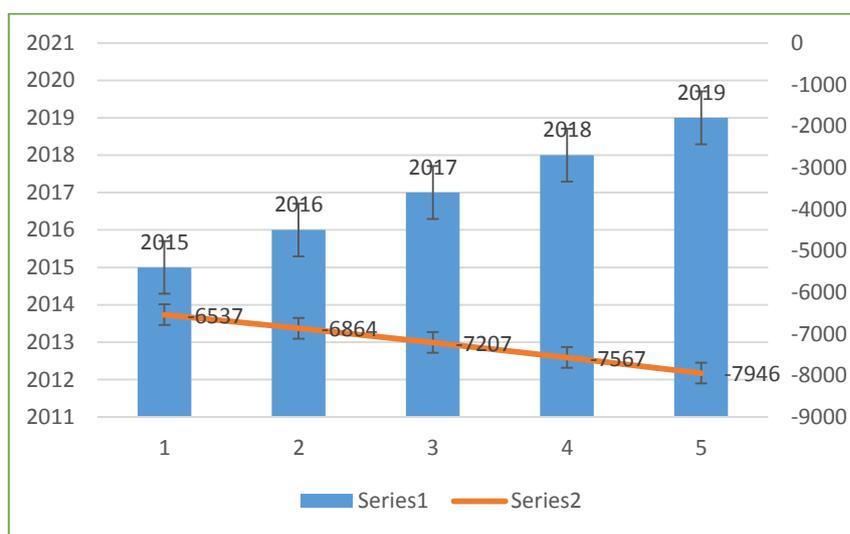
Análisis que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 19: Demanda Insatisfecha

AÑO	PERSONAS EN SERVICIO	PYMES Y PERSONAS QUE DECLARAN	DEMANDA INSATISFECHA
2015	750	7287	-6537
2016	788	7651	-6864
2017	827	8034	-7207
2018	868	8436	-7567
2019	912	8857	-7946

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 28: Demanda Insatisfecha



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.4.DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

4.4.1. Presentación De La Empresa

4.4.1.1.Logotipo

Gráfico 29:
de la

Logotipo



Microempresa

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.4.1.2.Misión

En cuanto a lo relacionado a la Misión está dirigida a encaminar correctamente los esfuerzos y manejo de las funciones de la microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, servir de nexos con los organismos estatales, ser una organización con papel protagónico en el desarrollo y mejoramiento de los servicios de contabilidad, tributación y finanzas, contribuyendo a perfeccionar las condiciones de desarrollo de los

clientes, coadyuvado de los esfuerzos de todos los actores, tanto de la empresa como de las personas a las cuales se presta los servicios.

“Es lo que se debe hacer todos los días: para llegar a cumplir la visión debemos tomar en cuenta que debe existir la acción para determinar los comportamientos a seguir, generar motivación, reflejar atributos y talentos de la gente, ser consistente con la Visión ,y reflejar la importancia de servir.”

“La Misión de una organización es de vital importancia, pues permite establecer y comunicar de manera clara y concreta lo que pretende ser en lo cotidiano la organización, su razón y propósitos claves”.

Es decir la Misión expresa el que hacer todos los días para alcanzar la Visión de futuro que se ha propuesto la microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, ya que en ésta están evidenciados los aspectos y atributos dela organización y refleja las expectativas y los intereses de los clientes a las cuales servirá la empresa y por las cuales existe como tal.

Cuadro 1: Misión

Somos una Organización Profesional de Servicios Contables, Financieros y Tributarios, que brinda soluciones enmarcando la calidad, eficiencia y ética profesional con la cual desarrollamos nuestro trabajo, con nuestros conocimientos y experiencia promovemos una cultura contable, tributaria y financiera, que contribuya con el desarrollo económico del país y generar fuentes de empleo.

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.4.1.3. Visión

El siguiente componente de nuestro plan es la elaboración de la Visión para la empresa, ésta encaminará todos nuestros esfuerzos y trabajo de una manera adecuada, es la imagen a futuro de lo que deseamos para la microempresa, es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que la empresa esté.

La visión señala el rumbo, la dirección. Es el lazo que une el presente y el futuro de la organización.

“Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco referencial de lo que se quiere ser en el futuro. Para elaborar la visión debemos tomar en cuenta, que debe ser compartida y consensuada, relevante a las necesidades, difícil de alcanzar pero no imposible, capaz de inspirar a los actores, guía para la toma de decisiones, proyecta sueños, esperanzas, entusiasmo y expresa resultados positivos (un futuro mejor).”

Para la elaboración de la Visión se utilizaron las siguientes preguntas: ¿Cuál es nuestra idea de la organización para los siguientes años? ¿Qué empresa aspiramos tener? ¿Cómo quisiéramos que fuera empresa a futuro? ¿Cómo visualizamos a la Consultoría Contable “LA MONEDA”, después de 5 años?

La respuesta a estas preguntas se establece en el enunciado de la Visión que se recoge a continuación.

Cuadro 2: Visión

Ser una Microempresa líder en soluciones contables, financieras y tributarias que superen las expectativas de nuestros clientes, reconocida por su respeto a los compromisos asumidos demostrando un alto grado de profesionalismo, su compromiso ético y su política de mejoramiento continuo.

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ Filosofía

Brindar servicio de calidad, mostrando a nuestros clientes calidez, responsabilidad, respeto y ética profesional.

4.4.1.4. Valores Corporativos

Los Valores son principios conscientes considerados válidos porque evidenciamos que ya los tenemos o porque evidenciamos que requerimos de éstos.

Los valores son los puntales que le brindan a las organizaciones, su fortaleza, su poder y fortalecen la Visión.

Nada de esto funcionará si la misión, la visión o los valores, no son compartidos. Los valores influyen en las normas éticas dentro de una organización, así como el comportamiento de gestión.

La calidad de la estructura empresarial depende de la calidad de los pilares que la sostienen. Por lo cual es necesario contar con pilares sólidos y confiables.

Los valores corporativos de la microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA” que permitirán construir una estructura eficaz y encaminada a conseguir logros sostenibles en el tiempo son:

❖ **Servicio:**

La microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, tendrá como ventaja competitiva, brindar al cliente servicio personalizado, ofreciendo un trabajo eficiente y de calidad, buscando el acercamiento constantes con los clientes, siendo el fin principal, familiarizarse con sus problemas y necesidades para convertirse en el referente de solución de sus problemas, consiguiendo de esta manera posicionarse en el mercado.

❖ **Competitividad:**

La microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, buscará mecanismos de aproximación al mercado meta, a través de participación en ferias para PYMES y emprendedores, visitas para que conozcan los servicios que ofrece; así como, dictando conferencias y seminarios gratuitos, siendo esta una ventaja competitiva que posicionará a la empresa en el mercado.

❖ **Confidencialidad:**

La confidencialidad será considerada un principio fundamental sobre el cual se desarrollara el trabajo de la empresa.

❖ **Cumplimiento:**

El cumplimiento de los contratos que celebre la microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, así como, los tiempos de entrega serán considerados de prioridad.

❖ **Trabajo en equipo:**

La microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, contará con colaboradores cuya filosofía será trabajar en equipo, buscando siempre cumplir con los objetivos propuestos y valorando su desempeño por los resultados obtenidos.

❖ **Compromiso con la capacitación del cliente:**

La microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, considera muy importante, dictar seminarios y conferencias permanentes para sus clientes.

❖ **Responsabilidad Social:**

La microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, mantendrá programas constantes de capacitación dentro y fuera del país en donde participaran sus empleados, permitiendo mantener a la organización talento humano capacitado y actualizado, y contribuyendo con el desarrollo y crecimiento personal.

4.4.1.5. Plan Estratégico

En un mercado tan competitivo es necesario crear mecanismos que permitan a la empresa posicionarse en el mercado, lograr niveles de crecimiento considerables,

conseguir la fidelización del cliente ofreciendo un servicio personalizado de calidad y a un precio competitivo que conduzca al incremento constate de ventas con un margen de rentabilidad que compense el esfuerzo del inversionista.

La microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA”, establecerá las estrategias y desarrollará las acciones necesarias para lograr los objetivos de posicionamiento, desarrollo y rentabilidad que aspira este proyecto.

❖ **Objetivos Estratégicos:**

- Alcanzar los niveles de rentabilidad necesarios para obtener un crecimiento económico apropiado para el desarrollo de la entidad.
- Ofrecer un servicio contable, tributario, financiero y de asesoría de calidad a precios competitivos.
- Optimizar el uso de recursos de manera eficiente, privilegiando aquellas inversiones que contribuyan a la excelencia del servicio.
- Instaurar una cultura organizacional, cimentada en la calidad del servicio, el trabajo por objetivos y en base a resultados, para lo cual se ofrecerá programas de capacitación permanente que contribuya al crecimiento personal y profesional del talento humano de la empresa.

❖ **Estrategias Empresariales:**

La Estrategia es un elemento fundamental en la existencia de una organización. La estrategia responde a la combinación de los planes para el futuro con los patrones del pasado. Toda acción futura requiere de un Plan para alcanzar las metas propuestas y el Plan requiere de un conjunto de estrategias.

Las estrategias empresariales están relacionadas directamente con el fin mismo de la existencia de la organización, el cumplimiento de los anhelos de los inversionistas y el crecimiento sostenible de la empresa.

Las estrategias que la empresa aplicará son:

Desarrollar mecanismos de posicionamiento y captación de mercado:

1. Desarrollar procesos de servicios eficientes y rápidos con el uso de Sistemas.
2. Establecer el Plan Operativo Anual, Presupuestos y Proyecciones, necesarios para el funcionamiento eficiente.
3. Desarrollar programas de capacitación permanente al talento humano que contribuya al crecimiento profesional y de la empresa

4.4.1.6. Planes De Acción

La presentación de la matriz de estrategias debe incluir el análisis de las acciones a realizar, la duración, los responsables, los recursos y los indicadores y sus metas. Esta información se presenta en los siguientes planes de acción:

Cuadro 3: Plan de Acción N° 1

PLAN DE ACCIÓN N° 1

OBJETIVO: Alcanzar los niveles de rentabilidad necesarios para poder obtener un crecimiento económico apropiado para el desarrollo de la entidad.

ESTRATEGIA: Desarrollar mecanismos de acercamiento, posicionamiento y captación de mercado

N°	ACTIVIDADES	DURACIÓN	RESPONSABLE	REQUERIMIENTOS				META	INDICADOR DE GESTIÓN	VALORACIÓN
				H	T	F	S			
1	Participar en Ferias	Según cronograma de fiestas	Contador					Incremento del 20% de Utilidades Anuales	# Clientes Potenciales/ Clientes Potenciales Proyectado	25%
2	Dar conferencias y seminarios gratuitos para PYMES	Una vez al mes	Contador						Ventas Reales/ Ventas Proyectadas	30%
3	Pautar en medios de comunicación	1 mes	Contador						Incremento Demanda Potencial/ Demanda Potencial Proyectada	20%
4	Establecer counter informativos y de asesoría en colegios profesionales, gremios, juntas artesanales, etc.	1 mes	Contador y Asistentes						Demanda Profesionales/ Demanda Profesionales Proyectada	25%

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

PLAN DE ACCIÓN N° 2

Cuadro 4: Plan de Acción N° 2

OBJETIVO: Ofrecer un servicio contable, tributario, financiero y de asesoría de calidad a precios competitivos.

para lograr: Desarrollar procesos rápidos y eficientes con el uso de tecnología de punta.

PLAN DE ACCIÓN N° 3

	ACTIVIDADES	DURACIÓN	RESPONSABLE	REQUERIMIENTOS				META	INDICADOR DE GESTIÓN	VALORACIÓN
				H	T	F	S			
1	Establecer paquetes promocionales de servicios	3 meses	Contador					Incremento Progresivo de Ventas	# Paquetes de Servicios Demandados/# Paquetes de Servicios Demandados Proyectados	45%
2	Definir y describir los procesos de cada servicio que ofertará la empresa	2 meses	Contador						Tiempo Utilizado para el proceso/ tiempo proyectado para proceso	35%
3	Evaluar el Sistema ERP, que más se adapte a las necesidades de las PYMES Ecuatorianas.	1 mes	Contador y Asistentes						Tiempo Utilizado para el proceso/ tiempo proyectado para proceso	25%

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Cuadro 5: Plan de Acción N°3

OBJETIVO: Optimizar el uso de recursos de manera eficiente, privilegiando aquellas inversiones que contribuyan a la excelencia del servicio.

ESTRATÉGIA: Establecer el Plan Operativo Anual, Presupuestos y Proyecciones, necesarios para el funcionamiento eficiente

N°	ACTIVIDADES	DURACIÓN	RESPONSABLE	REQUERIMIENTOS				META	INDICADOR DE GESTIÓN	VALORACIÓN
				H	T	F	S			
1	Elaborar el Plan Operativo Anual y el presupuesto	Anual	Contador					Establecer políticas y normas para uso recursos	Recursos necesarios/ Recursos disponibles	35%
2	Controlar el cumplimiento estricto del POA y del presupuesto anual	Mensual	Contador					Establecer cumplimiento POA y Presupuesto	Recursos utilizados/ Recursos Presupuestados	30%
3	Evaluar aplicación del POA y el presupuesto	Trimestral	Contador y Asistentes					Cumplimiento estricto de POA y presupuesto	Porcentaje de ejecución del presupuesto.	35%

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Cuadro 6: Plan de Acción N°4

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

PLAN DE ACCIÓN N° 4

OBJETIVO: Instaurar una cultura organizacional, cimentada en la calidad del servicio, el trabajo por objetivos y en base a resultados.

ESTRATÉGIA: Desarrollar programas de capacitación permanente al talento humano que contribuya al crecimiento profesional y de la empresa.

N°	ACTIVIDADES	DURACIÓN	RESPONSABLE	REQUERIMIENTOS				META	INDICADOR DE GESTIÓN	VALORACIÓN
				H	T	F	S			
1	Capacitar permanentemente al personal, asistir a conferencias, seminarios nacionales e internacionales y capacitaciones del SRI, Superintendencia Compañías Superintendencia Bancos y Colegio Contadores.	De acuerdo al Cronograma	Contador					Conocimientos Actualizados	Personal Capacitado/ Personal total del área.	55%
2	Mantener suscripciones a los Organismos Estatales y Organismos internacionales especializados, para obtener actualizaciones.	Cuando el suceso lo determine	Contador y Asistentes					Obtener Información Veraz y Oportuna	% clientes satisfechos por actualizaciones	30%
3	Organizar talleres de PNL y Servicio al Cliente.	Trimestral	Contador y Asistentes					Talento Humano Capacitado dispuesto a tomar desafíos.	Porcentaje de ejecución del Presupuesto.	15%

4.4.1.7. Balanced Scorecard

Para implementar y controlar el desarrollo de las estrategias propuestas se ha desarrollado el Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard (BSC).

Se ha desarrollado el Mapa Estratégico, que es una herramienta del BSC que nos permite implementar y comunicar la estrategia. Plantea 4 perspectivas distintas. La **perspectiva financiera**, que es el objetivo primario, plantea lograr ingresos incrementales con rentabilidad atractiva, como medio de estímulo para el dueño de la empresa. Permitirá el desarrollo de un sistema de indicadores económicos fundamentales, para la toma de decisiones; con lo cual se logrará un adecuado control interno de los recursos materiales y financieros, evaluando constantemente los costos y gastos.

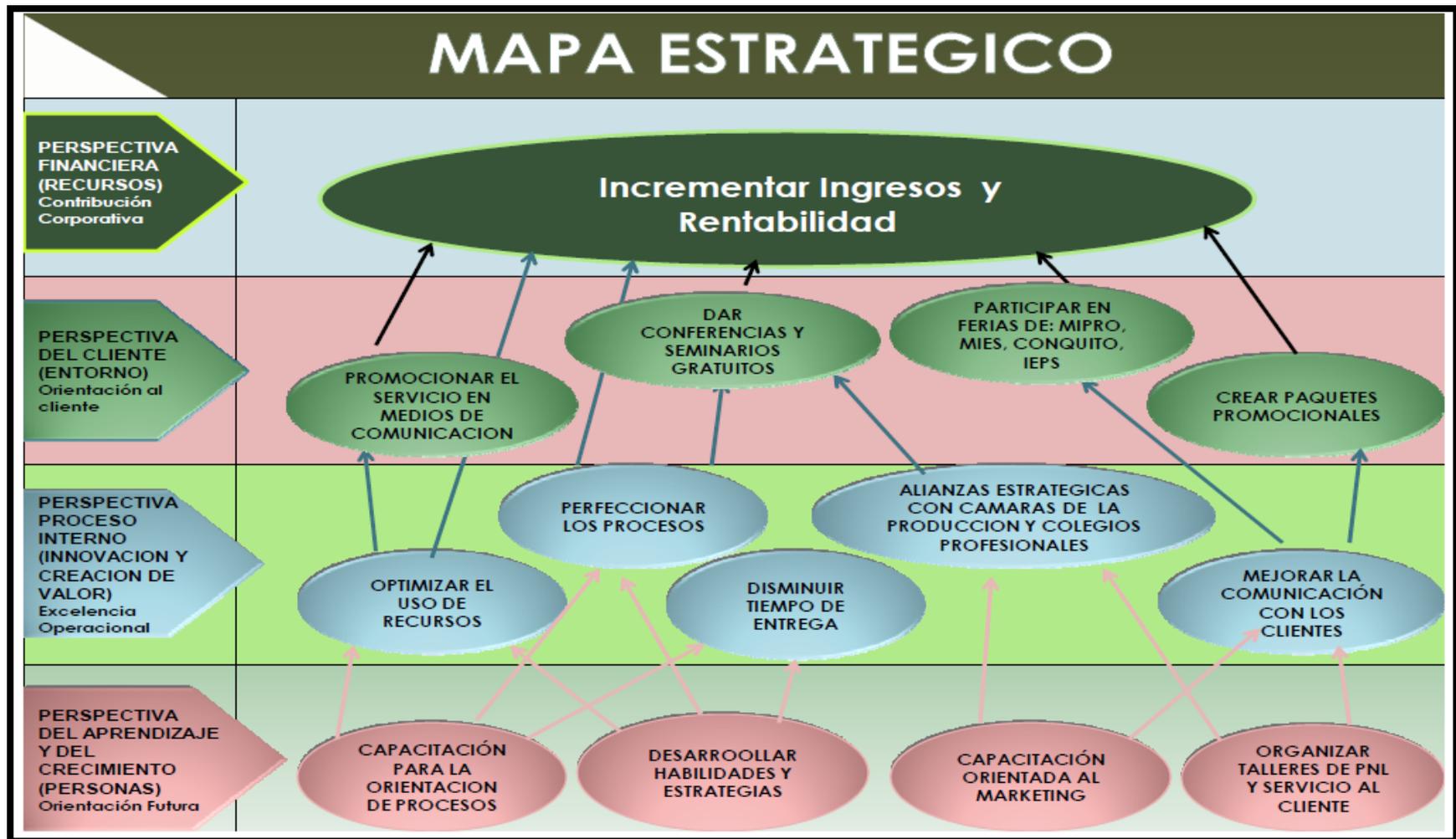
Para alcanzar estos objetivos financieros se agrega la **perspectiva del cliente**, es decir que hacer para garantizar la satisfacción de los clientes, entregando la propuesta de valor definida para atraer a clientes rentables y conseguir la fidelización de los mismos.

La **perspectiva de los procesos internos** indica cómo se deben realizar éstos para cumplir con los objetivos de la perspectiva del cliente, además de los propios procesos para reducir gastos. La secuencia de objetivos parte de normar y regular todos los procesos organizacionales de acuerdo a las necesidades internas y a las modificaciones del entorno.

Y, finalmente la **perspectiva de aprendizaje y crecimiento**, que establece las habilidades y destrezas que se deben desarrollar para cumplir con los objetivos de las otras perspectivas. Se ha definido como necesario el capacitar al talento humano para crear procesos de trabajo eficientes, lograr una magnífica relación con los clientes y también que permita el progreso personal.

Controlar los resultados que se obtienen desde esas cuatro perspectivas hace que se clarifique; si, las estrategias planteadas están arrojando los resultados esperados. El mapa estratégico y el Balance Scorecard quedaron planteados de la siguiente manera:

Ilustración 13: Mapa Estratégico



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

BALANCED SCORECARD											
PERSPECTIVA	PROYECTO	INDICADORES	CALIFICACION INDICADOR	PONDERACION INDICADOR	CALIFICACION PROYECTO	PONDERACION PROYECTO	CALIFICACION PERSPECTIVA	PONDERACION	CALIFICACION GENERAL		
PERSPECTIVA FINANCIERA	Lanzamiento del servicio	Vtas R/Vtas P	10	35%	10	100%	10	25%	10		
		% Incremento Vtas	10	35%							
		% Incremento Rentabilidad	10	30%							
PERSPECTIVA CLIENTE	Promocionar el servicio	# de clientes nuevos	10	50%	10	50%	10	25%		10	
		# de contratos nuevos	10	50%							
	Fidelizar al cliente	% Gtos Promo/Vtas reales	10	40%	10	50%					
		% Incremento de Vtas x cliente	10	60%							
PERSPECTIVA PROCESO INTERNO	Optimizar el uso de recursos	% Cumplimiento Presupuest	10	45%	10	30%	10	25%			10
		Costo/ Beneficio	10	55%							
	Perfeccionar los procesos	Medicion Eficiencia	10	60%	10	35%					
		% Cumplimiento tiempos procesos	10	40%							
	Disminucion de tiempos de entrega	Tiempo real/ Tiempo programado	10	70%	10	10%					
		Medicion Tiempo ocioso	10	30%							
	Alianzas estrategicas con camaras de la produccion y colegios profesionales	# Socios Camaras Produc/# Contratos Socios Camara	10	50%	10	15%					
		# Socios Colegios Profes/# Contratos Socios Colegios P	10	50%							
	Mejorar la relacion con los clientes	# Nuevos Clientes	10	40%	10	10%					
		% Incremento contratos	10	60%							
PERSPECTIVA APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Capacitacion para la Orientacion de Procesos	% de disminucion de errores	10	35%	10	40%	10	25%	10		
		Incremento eficiencia proces	10	65%							
	Desarrollar habilidades y estrategias para ejecutar los procesos y desarrollar nuevos servicios	Medir la calidad de procesos	10	60%	10	30%					
		# Servicios nuevos	10	40%							
	Capacitacion Orientada al Marketing y servicio al cliente	# Nuevos Clientes Potenciales	10	35%	10	15%					
		Encuestas de satisfaccion cliente	10	65%							
	Propender al desarrollo personal de los trabajadores	# Seminarios y Talleres para	10	70%	10	15%					
		Evaluacion de desarrollo personal	10	30%							

Cuadro 7: Balanced SCORECARD

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.5.ESTUDIO TÉCNICO

El servicio contable, tributario, financiero, consiste en analizar la información, realizar los registros contables, procesar la información tributaria, establecer la situación financiera de la actividad económica que realiza una empresa (persona natural o jurídica) y determinar la toma de decisiones. El servicio de asesoría contable, tributaria y financiera por su parte es el acompañamiento en la elaboración de los registros contables, en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y/o al establecer la situación económica de la empresa es decir el apoyo puede ser durante todo el ejercicio económico o en la o las etapas que el cliente considere necesarias.

El servicio ha tomado gran importancia en el país, por el desarrollo de una cultura tributaria que se origina en el SRI.

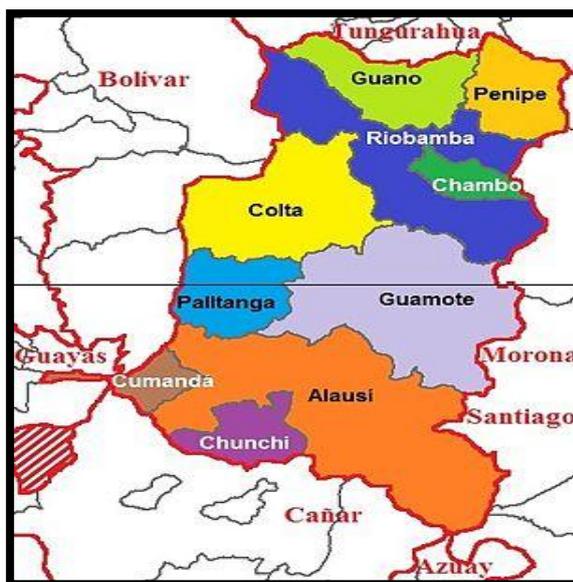
4.5.1. Estudio De Localización

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

4.5.1.1.Macrolocalización

El ámbito territorial en el cual desarrollará las actividades de la microempresa, será en el Cantón Guano. A corto plazo se extenderá a las áreas rurales, para luego en el mediano y largo plazo extenderse a otras ciudades del país.

Gráfico 30: Provincia de Chimborazo



FUENTE: División Política del Cantón Guano (2015) Mapas Guano Disponible: <https://www.google.com/search?q=mapa+guano>

ELABORADO POR: División Política del Cantón Guano (2015) Mapas Guano Disponible: <https://www.google.com/search?q=mapa+guano>

Gráfico 31: Cantón Guano



FUENTE: División Política del Cantón Guano (2015) Mapas Guano Disponible: <https://www.google.com/search?q=mapa+guano>

ELABORADO POR: División Política del Cantón Guano (2015) Mapas Guano Disponible: <https://www.google.com/search?q=mapa+guano>

ELABORADO POR: GOOGLE

4.5.1.2.Microlocalización:

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Guano, sector centro ubicado en las calles Av. 20 de Diciembre y León Hidalgo (Alado del GADM-CG).

Gráfico 32: Ubicación de la Microempresa



FUENTE: GADM-CG

ELABORADO POR: GADM-CG-DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN

4.5.2. Recursos

Las empresas que apuestan por potenciar sus generadores de valor, también denominados activos estratégicos, entendiendo por estos los recursos, capacidades y rutinas, que sustentan las competencias nucleares para alcanzar la ventaja competitiva, son a largo plazo más competitivas.

Los recursos en sí mismos no son proveedores de ventaja competitiva, sino que ésta depende de cómo se utilizan y con qué habilidad se gestionan.

El éxito de una entidad depende en mucho de la óptima gestión de los recursos que dispone. Los recursos comprenden: el conjunto de personas, bienes materiales, tecnológico, financiero y económico; con que cuenta y utiliza una dependencia, entidad, u organización para alcanzar sus objetivos y producir los bienes o servicios que son de su competencia.

4.5.2.1. Recursos Humanos

La empresa que gestione correctamente sus recursos humanos se beneficiaran de una ventaja competitiva, pues el éxito de una organización se basa en la calidad y en la disposición de su equipo humano. Cuanto mejor integrado este el equipo y más se aprovechen las cualidades de cada uno de sus integrantes, más fuerte será la empresa.

La microempresa Consultaría Contable “La Moneda”, privilegiará el desarrollo y capacitación de su Talento Humano, pues es su principal recurso generador de los servicios que presta.

Tabla 20: Personal

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL
Contador CPA	1	650,00	650,00
Asistente Contable	1	400,00	400,00
Asistente Administrativa- Recepción	1	354,00	354,00
TOTAL		1.404,00	1.404,00

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.5.2.2. Recursos Materiales

Son los medios físicos y concretos que posee la empresa para el desarrollo normal de sus actividades.

Gráfico 33: Prototipo de La Consultoría “La Moneda”



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

La empresa para desarrollar sus actividades y brindar una atención de calidad a sus clientes, utilizará una oficina de 50 m² que cuenta con separaciones ambientales necesarias. Para optimizar los procesos de trabajo y el servicio al cliente se considera necesario utilizar los siguientes recursos materiales:

Tabla 21: Muebles de Oficina de La Consultoría “La Moneda”

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Escritorio Gerencial	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Counter Recepción	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Archivadores	6	\$ 85,00	\$ 510,00
Sillón Gerencial	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillón tipo Secretaria	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Sillón atención clientes	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Pizarra Tipo líquida	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Basurero	4	\$ 3,50	\$ 14,00
Papelera Plástica	3	\$ 4,50	\$ 13,50
TOTAL			\$ 2.492,50

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ Equipo de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono Panasonic	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Regulador de Voltaje	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Impresora Multifunción XEROX 6015	1	\$ 420,00	\$ 420,00
Sumadora CASIO	3	\$ 45,00	\$ 135,00
TOTAL			\$ 690,00

Tabla 22: Equipos de Oficina de La Consultoría “La Moneda”

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Para el funcionamiento de la microempresa se hacen necesarios los siguientes bienes seguido de sus características y especificaciones:

❖ Equipo de Computación y Software

A continuación se detallan los equipos computacionales que se proporcionarán para la realización del trabajo.

Tabla 23: Equipos de Computación y Software de La Consultoría “La Moneda”

EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOTWARE			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora INTEL Inside CORE i3	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00
Licencias Sistemas Contable	2	\$ 450,00	\$ 900,00
TOTAL			\$ 2.850,00

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ **Suministros de Oficina**

A continuación se detallan los suministros de oficina que se necesitarán inicialmente para dar comienzo a las operaciones de la microempresa, estos insumos se irán proporcionando gradualmente conforme se vayan recibiendo los requerimientos por parte del personal para lo cual en la oficina de archivo se adecuara un espacio para mantener embodegados todos estos insumos.

Tabla 24: Suministros De Oficina de La Consultoría “La Moneda”

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO INICIAL TOTAL
Resmas de papel 500 hojas	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Papel sumadora	5	\$ 0,75	\$ 3,75
Papel fax	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Carpetas let grandes	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Carpetas	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Sobres de manila tamaño	12	\$ 0,15	\$ 1,80

oficio			
Sellos	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Almohadillas	3	\$ 0,45	\$ 1,35
Tinta china	2	\$ 0,45	\$ 0,90
Moja dedos	6	\$ 1,15	\$ 6,90
Esferos	15	\$ 0,30	\$ 4,50
Corrector	4	\$ 0,60	\$ 2,40
Perforadora	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Engrapadora	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Saca grapas	6	\$ 1,30	\$ 7,80
Grapas (caja)	10	\$ 0,75	\$ 7,50
Cinta scosh	6	\$ 0,35	\$ 2,10
Clips (caja)	10	\$ 0,80	\$ 8,00
Borrador	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Pots notas	10	\$ 0,45	\$ 4,50
Separadores plásticos	10	\$ 0,75	\$ 7,50
TOTAL			\$ 200,25

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.5.2.3. Recursos Financieros:

Está constituida por los valores que la empresa necesita para mantener un flujo de fondos requerido para hacerle frente a los pagos que requiere realizar. Por lo cual el dinero que ingresa a la empresa debe ser administrado con eficiencia para no caer en iliquidez y falta de pago de las obligaciones.

La microempresa Consultoría Contable “La Moneda” iniciara sus actividades con **capital propio**.

4.5.2.4. Recursos Económicos

Los recursos económicos son los factores de producción, que se combinan en el proceso de producción para agregar valor en la elaboración de bienes y servicios.

Siendo el fin principal generar el servicio contable, tributario y financiero, el mayor factor de producción de la empresa es el capital intelectual que desarrolla su trabajo con la ayuda de la tecnología.

4.5.3. Cadena De Valor

Para Michael Porter, la ventaja competitiva no puede ser comprendida observando una organización como un todo, sino a través de la identificación de las distintas actividades que desarrolla la empresa en el diseño, producción, mercadotecnia, entrega y apoyo de sus productos. Es por eso que introduce el concepto de “cadena de valor”, como la herramienta básica para examinar todas las actividades que desempeña la empresa, así como su interacción. La cadena de valor disgrega a la organización en sus actividades estratégicas relevantes para poder comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existente y potencial. Una empresa obtiene ventaja competitiva, desempeñando estas actividades estratégicamente importantes; más barato o mejor que sus competidores.

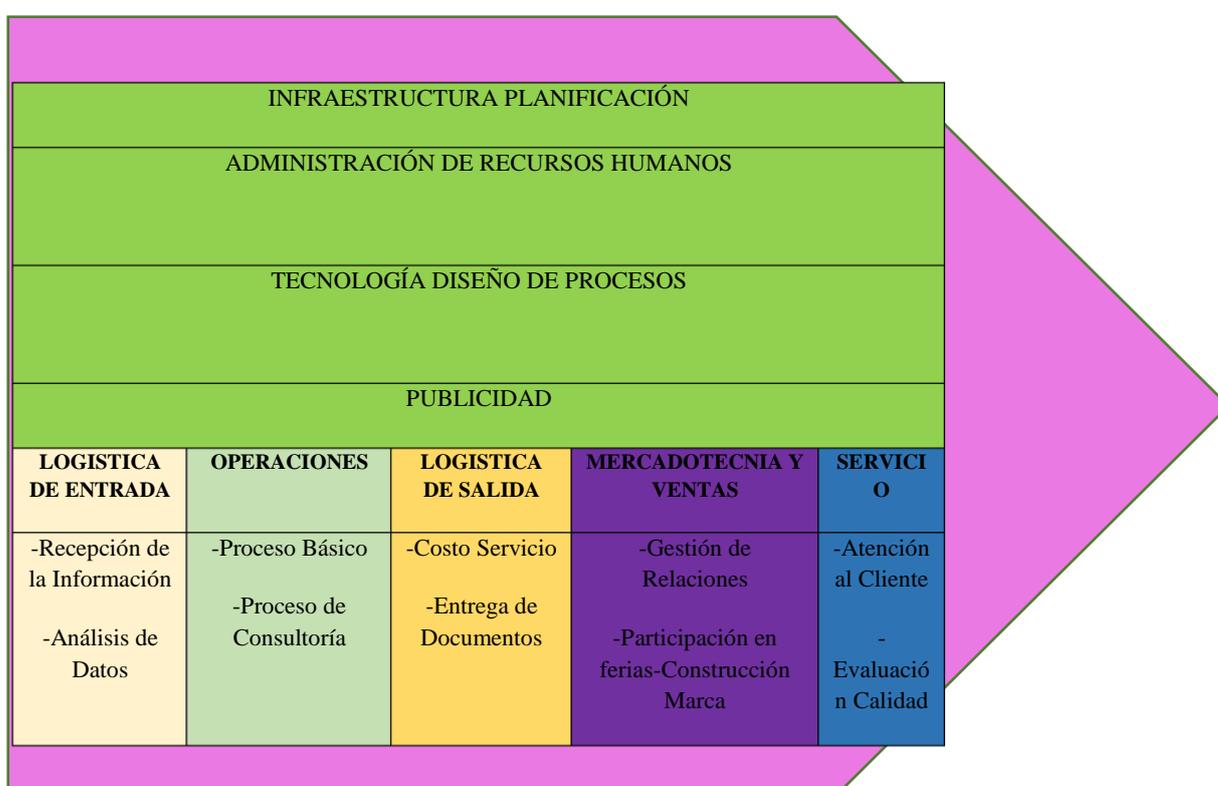
La cadena de valor de una empresa esta incrustada en un campo más grande de actividades que Porter, define como sistema de valor. Los proveedores tienen cadenas de valor (valor hacia arriba) que crean y entregan los insumos comprados usados en la cadena de una empresa. Muchos productos pasan a través de los canales de las cadenas de valor (valor de canal) en su camino hacia el comprador. Los canales desempeñan actividades propias de la empresa. El producto de una empresa eventualmente llega a ser parte de la

cadena de valor del comprador. El obtener y el mantener la ventaja competitiva depende no solo de comprender la cadena de valor de una empresa, sino de cómo encaja la empresa en el sistema de valor general. La ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada de su competencia.

Una diferencia importante es que la cadena de valor de una empresa puede definir en el panorama competitivo del de sus competidores, representado una fuente potencial de ventaja competitiva. El servir solo a un segmento en particular puede permitir que una empresa ajuste su cadena de valores a ese segmento y tenga como resultado costos más bajos o diferenciación para servir a ese segmento en comparación con sus competidores.

El grado de integración, dentro de las actividades juega un papel clave en la ventaja competitiva. (Porter Michael E, (2010). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenibilidad de Un Rendimiento Superior.*)

Gráfico 34: Cadena de Valor de La Consultoría “La Moneda”



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

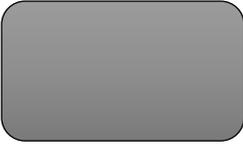
❖ **Procesos**

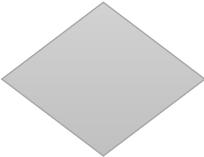
Los procesos son representados en Diagramas de Flujo por las ventajas que esta forma de representación nos ofrece:

- Ofrecen una representación sencilla del proceso permitiendo al cerebro una captación más rápida que si se lo presenta en texto.
- El diagrama de flujo permite identificar los problemas que presentan los procesos y las soluciones o correctivos que se deben aplicar.
- Muestran las interfaces cliente – proveedor
- Facilita la capacitación de los empleados con respecto a los procesos y tareas a desarrollar.

A continuación se presentan los símbolos más comunes.

Tabla 25: Símbolos

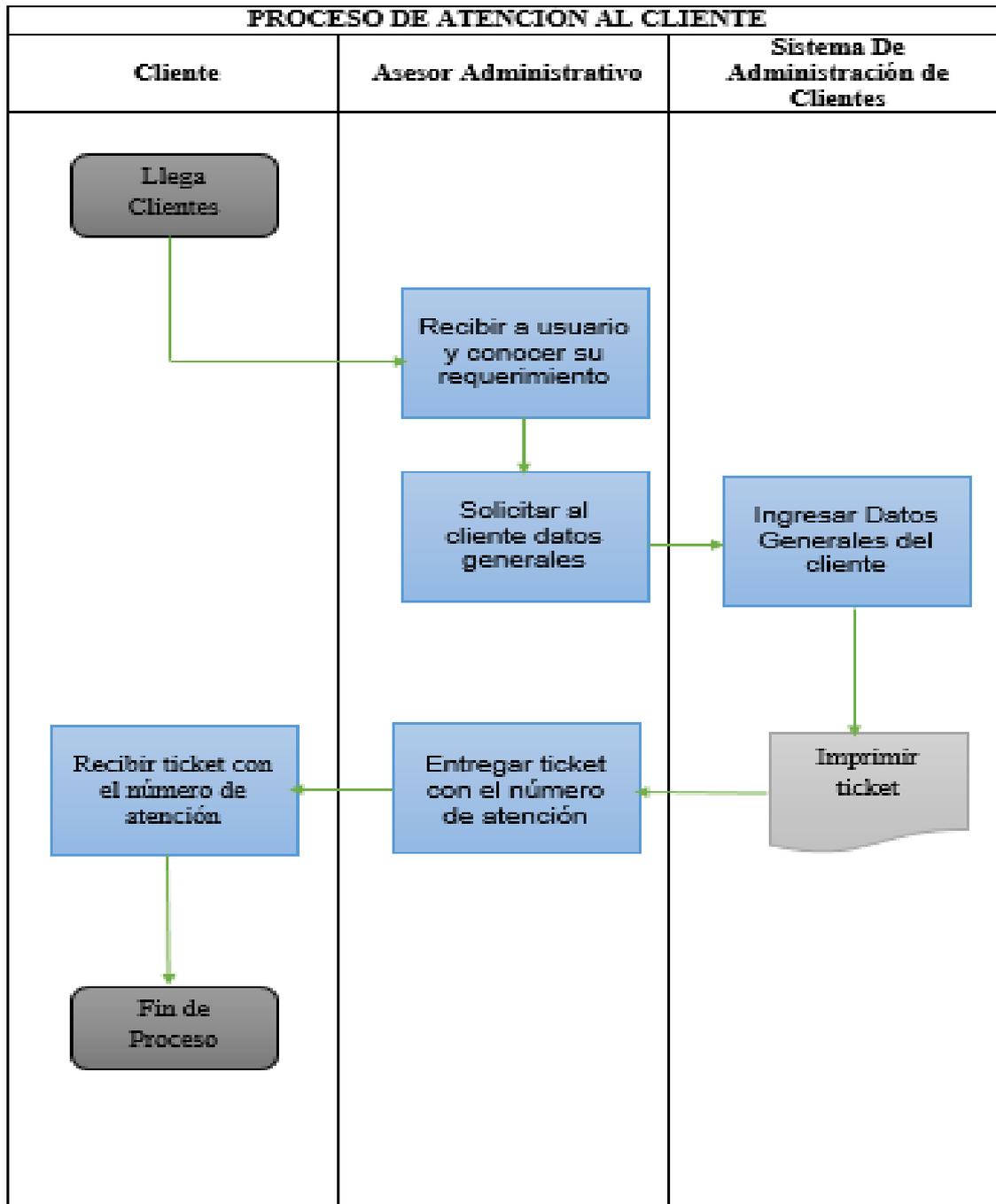
SÍMBOLO	NOMBRE DEL SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	INICIO/FIN	Representa el inicio y fin de un diagrama de flujo
	PROCESO	Representa una actividad o proceso
	INGRESO MANUAL	Ingreso datos al sistema
	DOCUMENTO	Estados financieros y otros documentos
	ALMACENAMIENTO DE ACCESO DIRECTO	Representa información en soporte digital

	CONECTOR	Representa la continuidad del diagrama
	CONECTOR FUERA DE PÁGINA	Representa la continuidad del diagrama en otra pagina
	FECHA	Representa el camino que une los elementos de la pagina
	DECISIÓN	Indica la realización de comparación de valores

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ **Logística de Entrada**

Ilustración 14: Proceso de Atención al Cliente



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

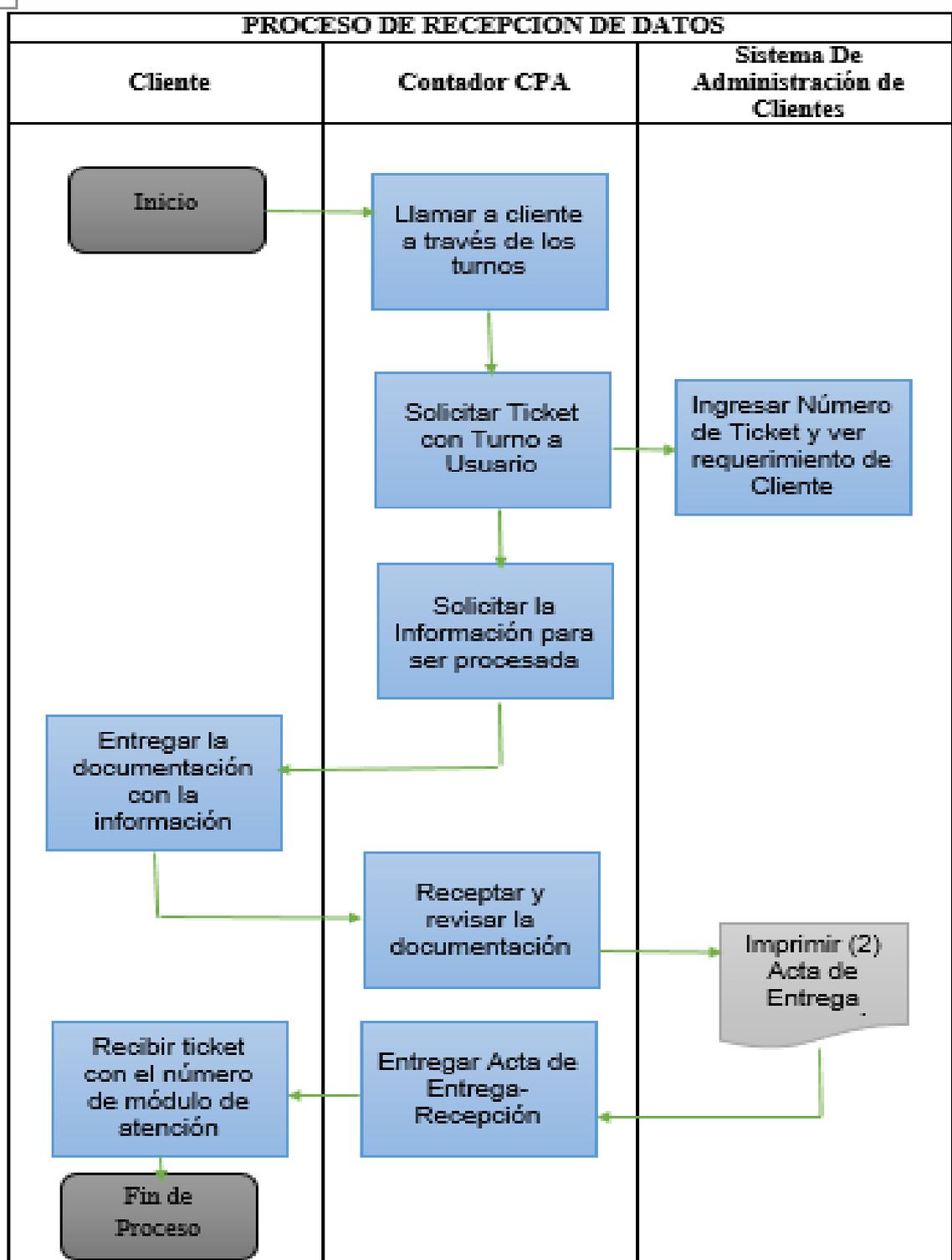
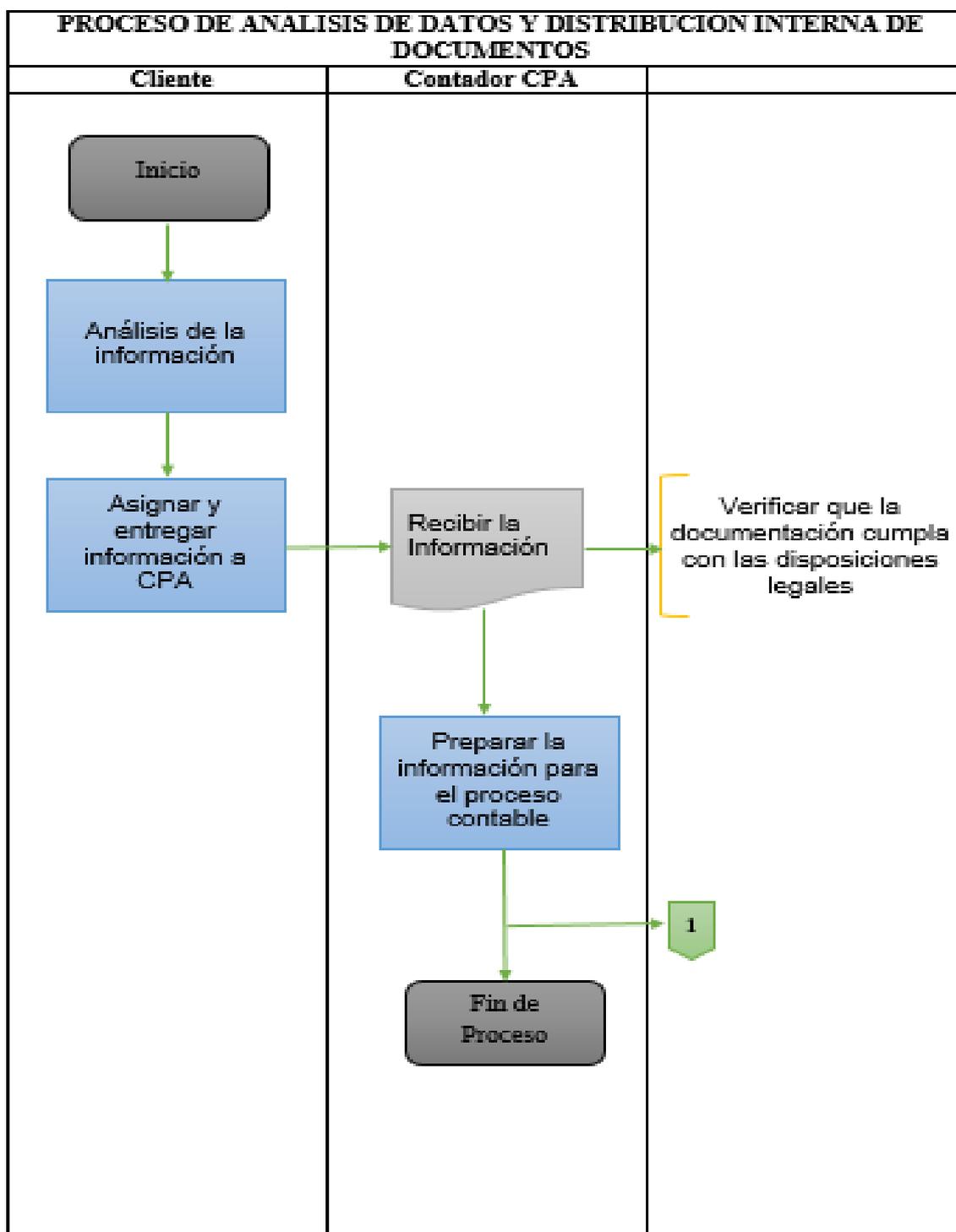


Ilustración 15: Proceso de Recepción de Datos

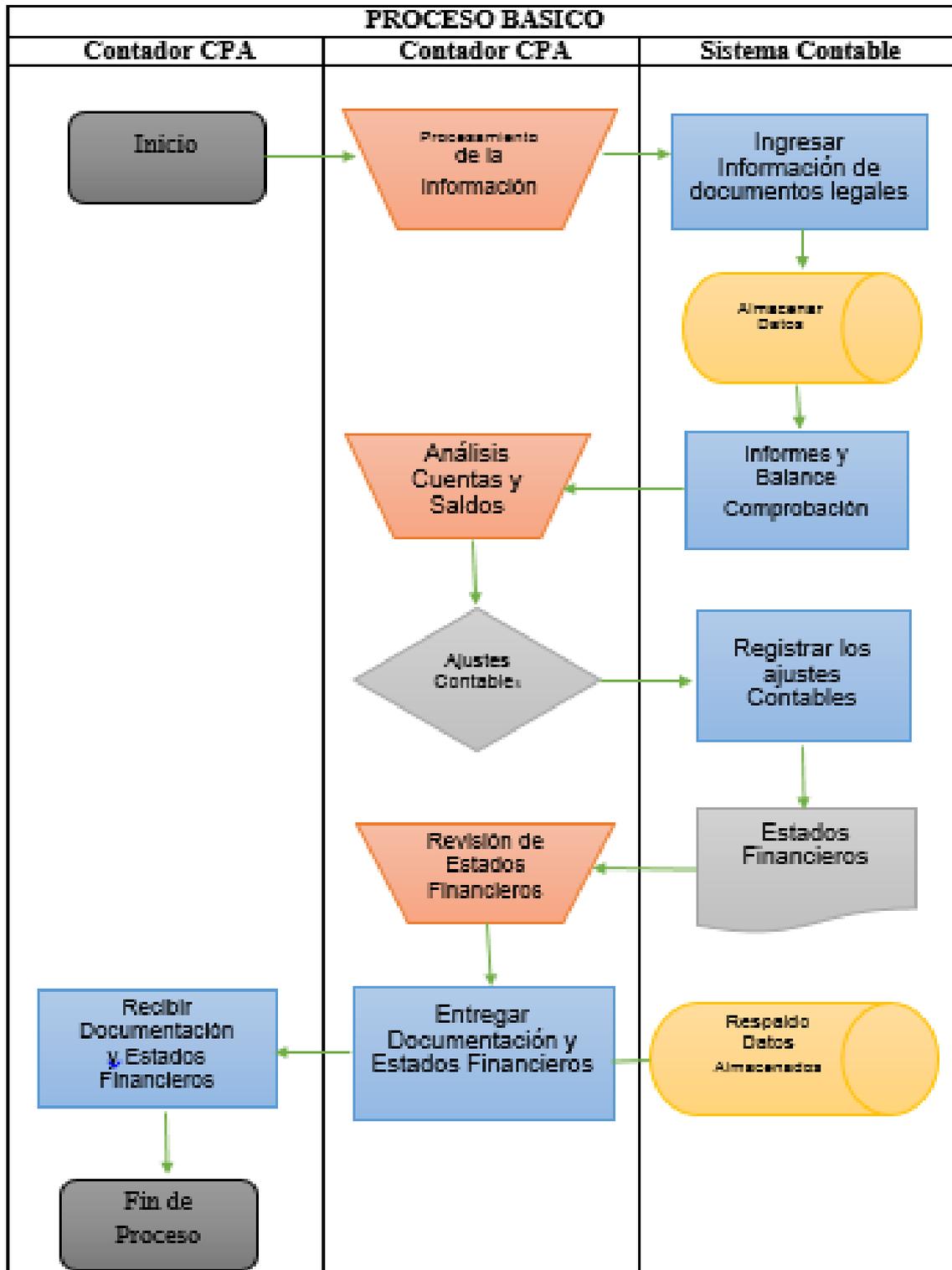
ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Ilustración 16: Proceso de Análisis de Datos y Distribución Interna de Documentos



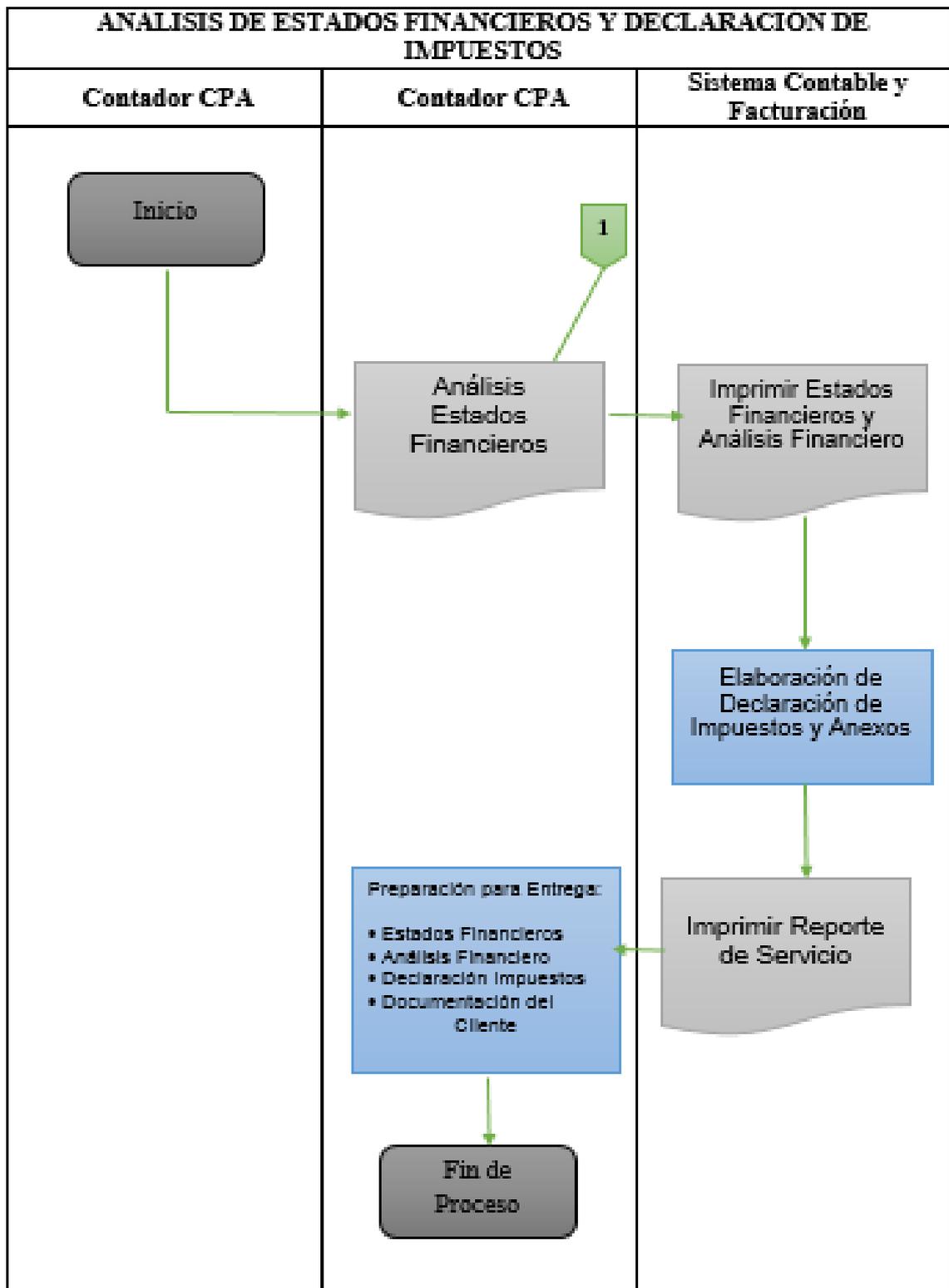
ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Ilustración 17: Proceso Básico



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Ilustración 18: Análisis de Estados Financieros y Declaración de Impuestos



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ Logística de Salida

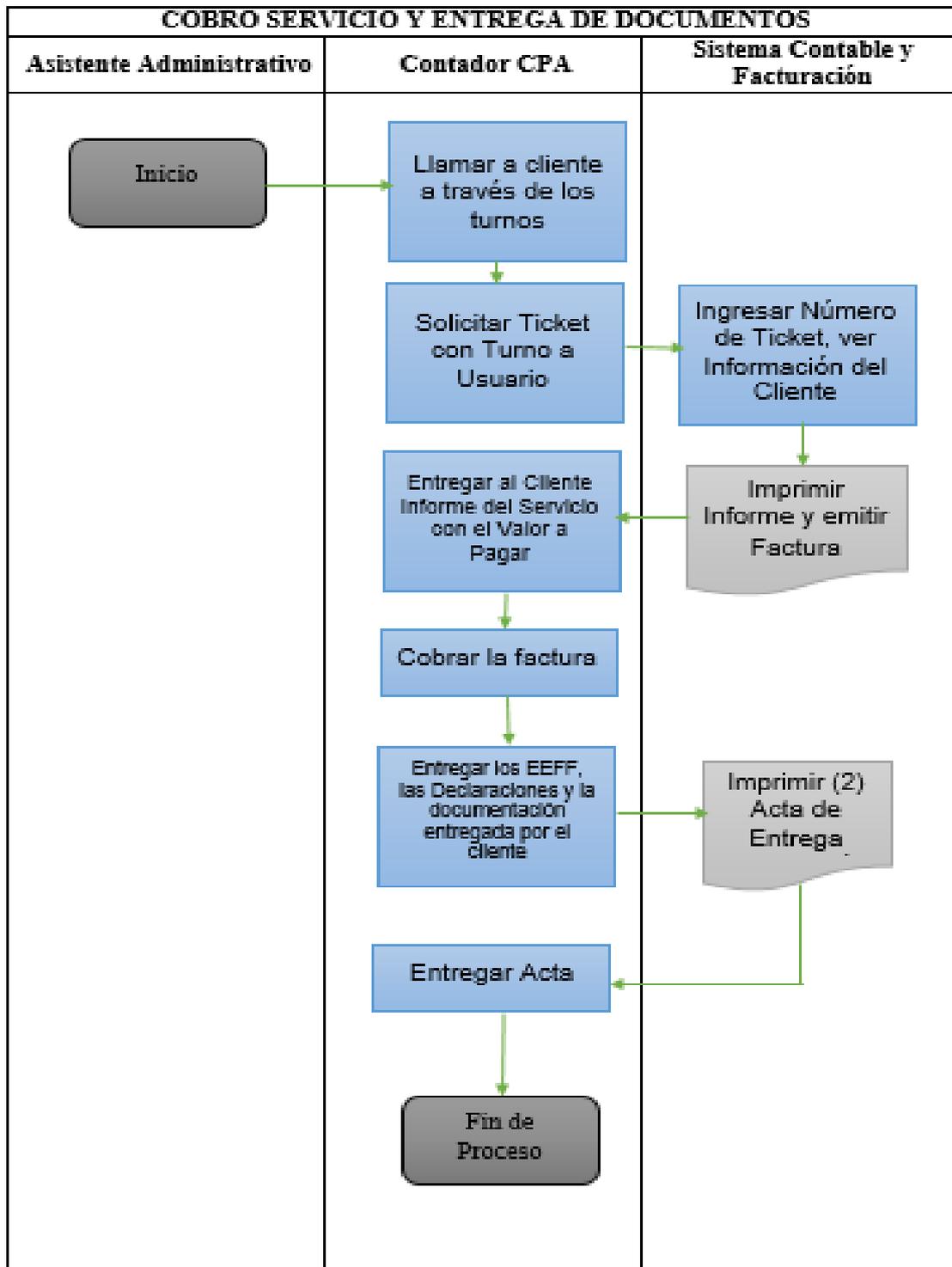
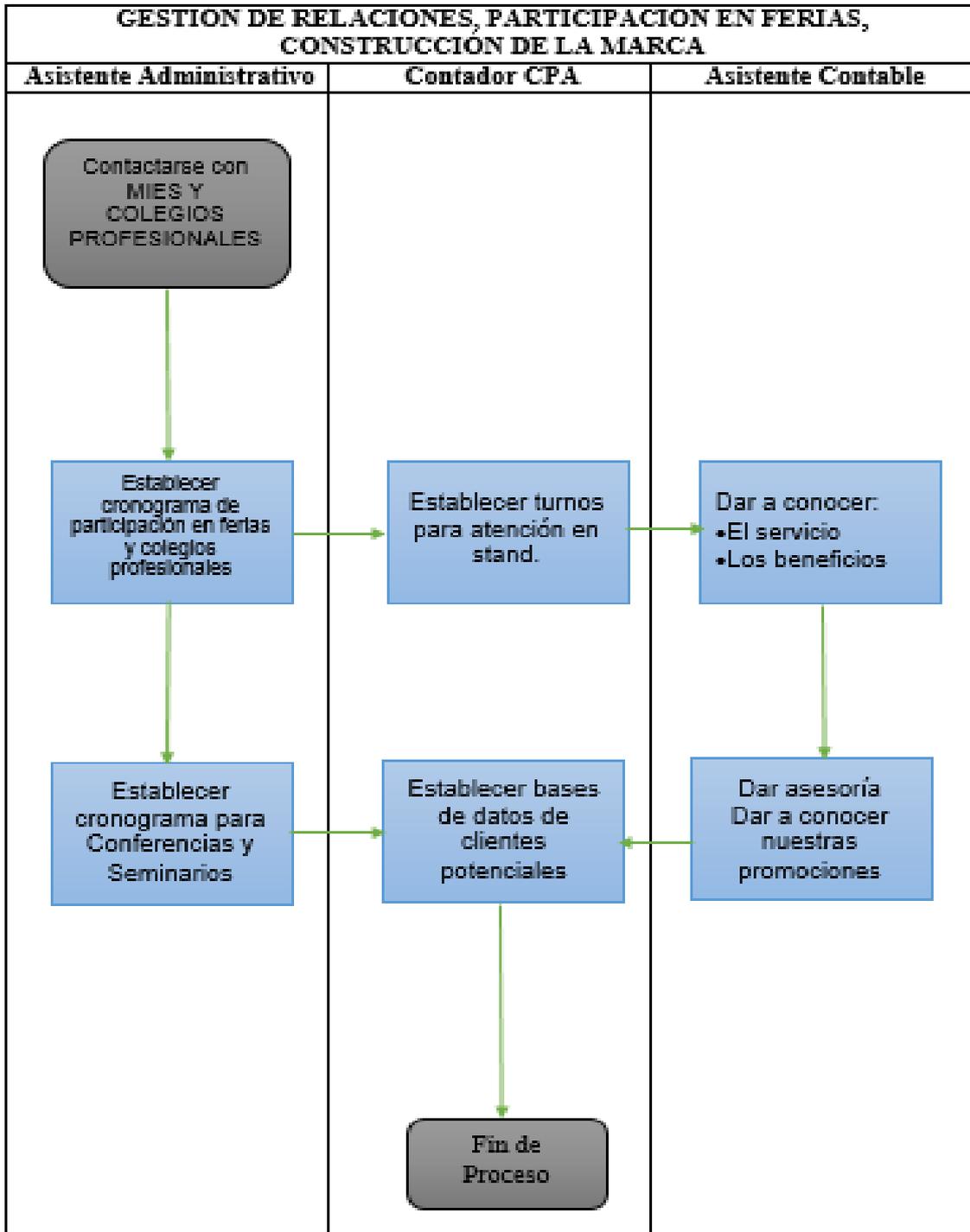


Ilustración 19: Cobro Servicio Y Entrega De Documentos

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ **Mercadotecnia y Ventas**

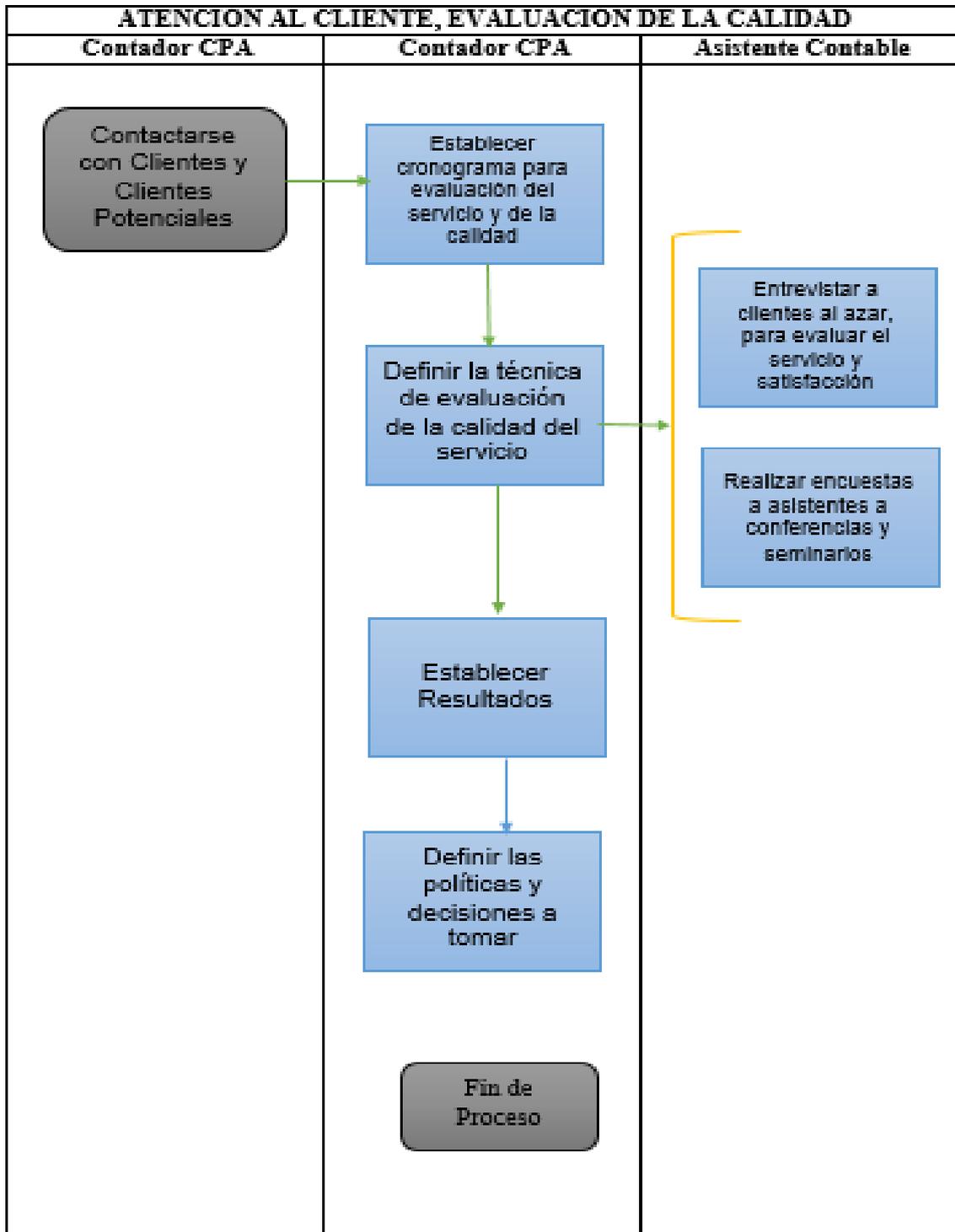
Ilustración 20: Gestión De Relaciones, Participación En Ferias, Construcción De La Marca



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

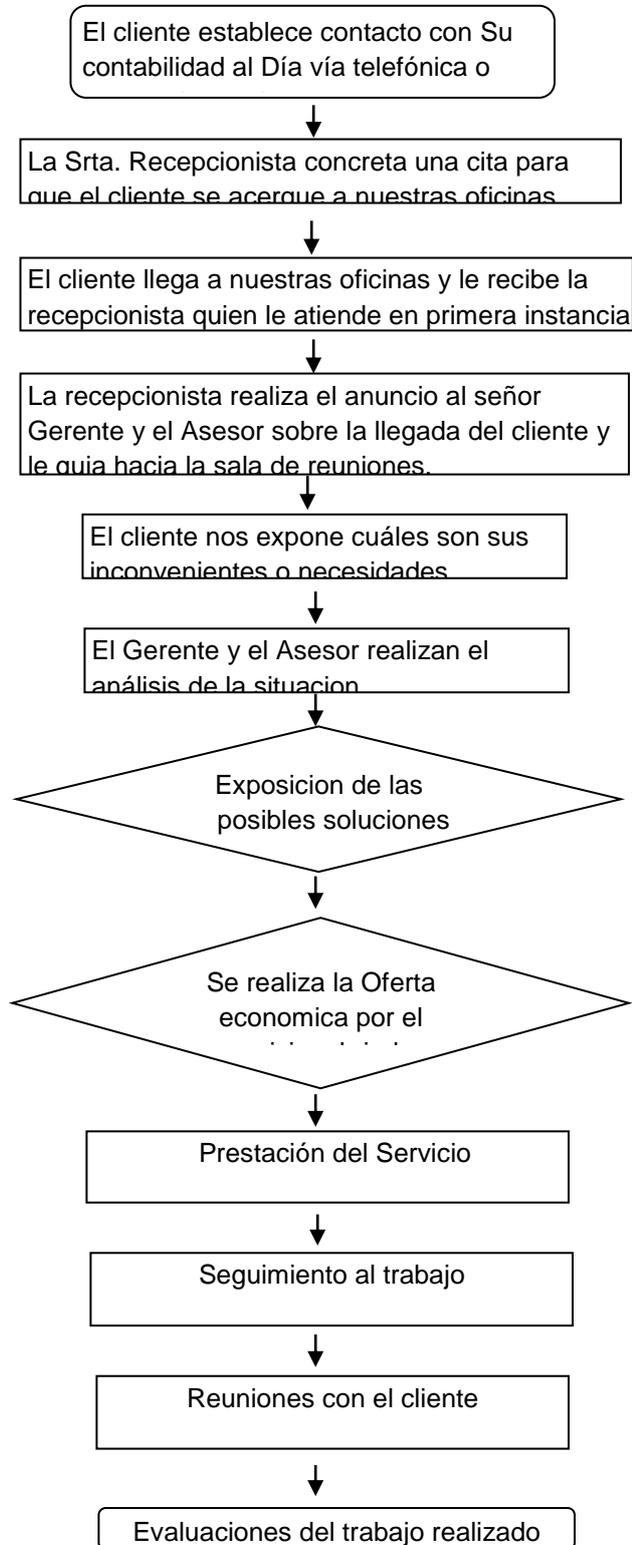
❖ Servicio

Ilustración 21: Atención Al Cliente, Evaluación De La Calidad



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Ilustración 22: Flujograma General



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.5.4. Propuesta Estratégica S/M Porter

❖ Diferenciación del Producto:

El servicio personalizado es lo que caracterizará a la empresa, acompañado de un constante proceso de comunicación con los clientes potenciales, a través de charlas, cursos y seminarios; así como, la participación en ferias organizadas por otras organizaciones. Brindando un servicio eficiente y de calidad a un precio competitivo con lo cual se busca posicionar el servicio

❖ Inversiones de Capital:

La solvencia y liquidez de la empresa, serán una de sus prioridades, ya que será importante para el desarrollo y crecimiento de la empresa; así como, mantener el capital de trabajo necesario que permita realizar las actividades de manera normal y emprender en una campaña publicitaria para que sea conocida la empresa y posicionarse en la mente de los clientes potenciales.

La empresa implementará un nuevo concepto de servicio contable, tributario y financiero para PYMES y personas que declaran o necesitan asesoría.

Ventaja competitiva básica: Se alcanza con costos – precios, calidad y servicios internacionales. Ventaja competitiva revelada: Se alcanza cuando se consolida y mejora la participación en el mercado. Ventaja competitiva sustentable: Se logra alcanzar al líder y se conserva la flexibilidad, así como capacidad de innovación para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado.

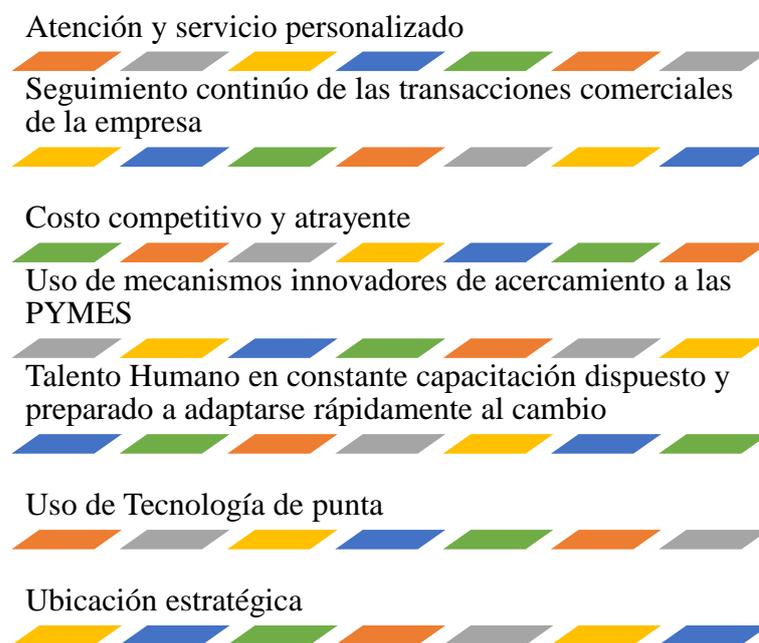
La ventaja competitiva sustentable depende de la flexibilidad y agilidad organizacionales para cambiar, antes que los competidores, la dirección del negocio (producción y comercialización) hacia las necesidades cada vez más rápidamente cambiantes del mercado. La clave es desarrollar un “nuevo modelo organizacional para la innovación y la competitividad“, basado en el Capital Intelectual. El CI es el factor estratégico y fuente de competitividad en la era del conocimiento. El CI es intangible,

no se puede comprar, se cultiva en organizaciones inteligentes que tienen tres características: son de aprendizaje, son innovadoras y tienen la capacidad de responder rápidamente al cambio.

- ¿En qué queremos ser diferentes?
- ¿Qué necesitamos para lograrlo?

Factores críticos de éxito Como empresa: En los productos: En los procesos: En las relaciones con el cliente:

Ilustración 23: Flujograma General



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.5.5. Plan De Marketing

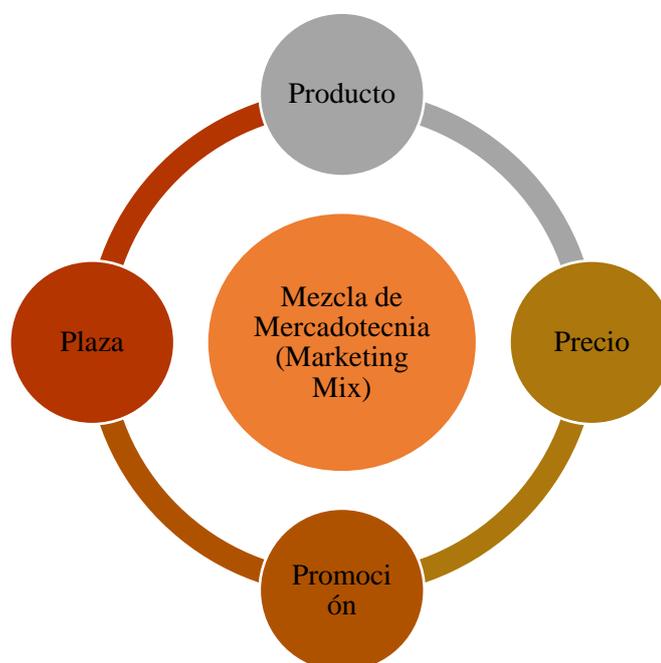
El Marketing Mix es probablemente el término más famoso de Marketing, también conocido como las cuatro P's, es la combinación de elementos o técnicas sobre las cuales puede actuar la empresa de forma planificada dichos elementos son los siguientes:

- Producto,
- Precio,
- Plaza y

- Promoción.

Esta división se propuso por primera vez por Jerome McCarthy.

Ilustración 24: Las 4 P's



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.5.5.1.Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, plaza y promoción, lo que conforman las cuatro P's del Marketing mix.

Las pequeñas y medianas empresas en el transcurso de sus actividades habituales se encuentran con ciertos problemas o dificultades en el área contable-tributaria, además la resolución de los mismos no ocurren con la rapidez apropiada; es por esto que muchas de ellas optan por contratar los servicios de profesionales individualmente o como empresas especialistas

En el caso de Consultoría Contable "La Moneda", el objetivo sería dar a conocer a su mercado objetivo es decir a las pequeñas y medianas empresas, los profesionales y personas naturales obligadas a llevar contabilidad que el producto o servicio que van a recibir va a satisfacer sus necesidades, para lo cual, la empresa pondrá a disposición en

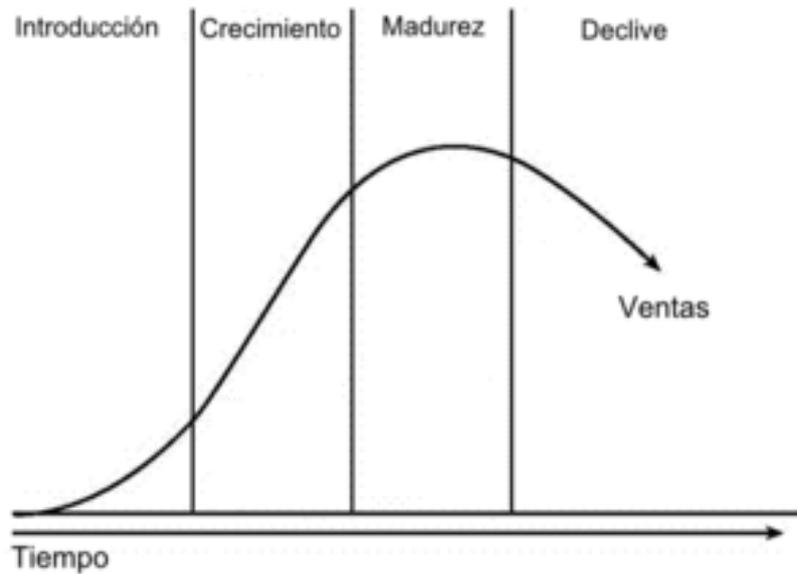
un inicio un paquete de servicios acorde al mercado al que esta guiado su servicios tale como:

- Asesoría Contable
- Asesoría Tributaria
- Manejo de la contabilidad para Profesionales independientes
- Manejo de la contabilidad para PYMES
- Manejo de la contabilidad para personas naturales
- Elaboración de balances
- Declaración de impuestos
- Elaboración de anexos tributarios
- Actualizaciones de RUC
- Presentación de documentos al Servicio de Rentas Internas
- Trámites en el S.R.I – I.E.S.S – Municipio.

4.5.5.1.1. Etapas del ciclo de vida del Producto

No se puede dejar de lado el tema del ciclo de vida del Producto ya que a semejanza del ser humano los productos pasan por un ciclo de vida: crecen (en ventas), luego declinan (envejecen) y con el tiempo terminan por ser reemplazados.

Ilustración 25: Las 4 P's



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

a. Etapa de introducción en el Mercado

La fase de introducción (también llamada presentación) ocurre justo después del momento en que un nuevo producto se introduce en el mercado. Las ventas están a niveles bajos porque todavía no hay una amplia aceptación del producto en el mercado. La disponibilidad del producto (para el comprador) es limitada. La competencia es limitada o nula.

b. Etapa de crecimiento

Si el mercado acepta el producto, las ventas aumentan rápidamente. La planificación de la distribución física es difícil en esta fase de crecimiento (también llamada aceptación). Sin embargo, la disponibilidad del producto se extiende también rápidamente por toda la geografía, al acrecentarse el interés del comprador en el producto. Los beneficios aumentan porque el producto lo conocen los clientes o servicios.

c. Etapa de madurez

La anterior fase de crecimiento puede ser bastante corta, seguida de un período más largo llamado de madurez. El incremento de las ventas es lento o se ha estabilizado en un nivel, los niveles máximos de ventas. Ya es considerado un producto establecido en el mercado por lo tanto podemos decir que es un producto viejo. En este momento, se

alcanza la mayor rentabilidad y se puede prolongar más tiempo con diferentes técnicas de marketing.

d. Etapa de declive

Llega un momento en que las ventas decaen (declive o decadencia), en la mayoría de los productos por cambios en la tecnología, la competencia, o la pérdida de interés por parte del cliente. Con frecuencia los precios bajan y los beneficios se reducen.

4.5.5.2.Precio

El precio es el emolumento que se paga por recibir un producto o un servicio. El precio (costo + gastos administrativos + gastos de ventas + margen de utilidad), será fijado tomando en cuenta los siguientes factores:

- La clase de servicio
- El volumen de información a procesar
- El costo del proceso
- Los gastos administrativos y de ventas
- Oferta y demanda del servicio
- Los precios de la competencia
- El margen de utilidad que se puede obtener

La microempresa Consultoría Contable “La Moneda”, fijará precios competitivos que le permitan posicionarse en el mercado.

Ilustración 26: Costo Servicio

SERVICIO	COSTO (USD \$)
Declaración Impuestos IVA	USD \$ 20,00
Declaración Impuestos Retención Renta	USD \$ 25,00
Reclamos Administrativos y Tributarios	USD \$ 40,00

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

En cuanto a los servicios contable-tributarios, en base a la experiencia acumulada, se afirma que en promedio, el costo para las PYMES se encuentra entre USD \$ 250,00 a USD \$ 600,00; dependiendo del nivel de ingresos y transaccionalidad de las empresas. Este tipo de servicio incluye la realización de la contabilidad, elaboración de los impuestos y retenciones de los mismos y elaboración del anexo transaccional.

4.5.5.3.Plaza

La microempresa Consultoría Contable “La Moneda”, buscará constantemente un acercamiento a las PYMES. Por lo cual a más de ubicar la organización en un lugar accesible, también hará visitas a los clientes potenciales. La comunicación constante con los clientes nos permitirá conocer la problemática existente y ofrecer, o sugerir y aplicar las mejores soluciones.

Las instalaciones estarán ubicadas en el centro de la ciudad de Guano, lugar donde existen gran cantidad de PYMES y profesionales. Ubicación que nos permitirá estar siempre cerca de nuestros clientes y dispuestos a ofrecer un servicio ágil e inmediato.

Una buena ubicación es indispensable cuando se distribuye un servicio directamente del productor al usuario, sobre todo hoy cuando el público busca ante todo la comodidad.

4.5.5.4.Promoción

La microempresa Consultoría Contable “La Moneda”, con la finalidad de dar a conocer la organización, los servicios y beneficios que ofrecerá, utilizará aquellos mecanismos que permitan el acercamiento a los clientes potenciales, que permita lograr un acercamiento con los clientes potenciales. Entre los cuales tendremos:

- Desarrollo de charlas, conferencias, seminarios, gratuitos para PYMES y profesionales.
- Realizar contactos con Subsecretaría de PYMES (MIPRO), CONQUITO, Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (MIES)
- Participar en ferias para emprendedores, artesanos y PYMES, etc.

- Entrega de publicidad e información sobre los servicios que oferta la empresa.
- Aprovechar las TIC'S, que nos permitan darnos a conocer a través de la Web.
- Utilizar los servicios de un especialista en ventas, para que tome contacto con clientes potenciales y oferte nuestros servicios.
- Pautar en medios de comunicación locales.
- En general ofertando un servicio personalizado eficiente con calidez y calidad. Exhibiendo precios atractivos.
- La empresa hará todos los esfuerzos necesarios para mantener contacto permanente con las PYMES con la oportunidad de hacer conocer nuestros servicios y novedades de los mismos.
- Para lo cual se ubicara un stand en las ferias del MIPRO, MIES y en los colegios profesionales donde se dará a conocer nuestros servicios y se dará asesoría.

4.6.ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

4.6.1. Evaluación Económica Y Financiera

La evaluación económica - financiera permite determinar la factibilidad operativa del proyecto y establecer los recursos económicos y financieros que requiere para la puesta en marcha.

Es la manera de proyectar los resultados futuros que puede tener la empresa al iniciar sus actividades.

Por lo tanto es fundamental realizar la evaluación económica - financiera ya que será el timón fundamental para que el inversionista tome la decisión de invertir.

Establecer un cronograma de actividades y presupuesto relacionado, diferenciar los costos entre internos y externos.

No solo se considerará el costo inicial o de adquisición sino el total de costos producidos en todo el ciclo de vida del proyecto tecnológico.

La implementación exitosa de un sistema de ERP en la empresa no es la etapa final del proceso este sistema de soporte a las decisiones de negocio. El éxito a largo plazo del proyecto descansa en la exitosa implementación de un plan de aseguramiento de calidad, o un plan de optimización posterior a la implementación

Para obtener beneficios completos, sinergia operacional y un retorno de inversión óptimo, la organización debe ver más allá de la prestación de un servicio y enfocarse en la mejora continua del desempeño y la calidad. Desempeño incremental es de particular importancia en la economía actual. Optimización es el siguiente paso después de una creación planificada, midiendo cuidadosamente el retorno de inversión.

La optimización puede aportar con nuevas ideas que no fueron consideradas durante la implementación del proyecto o estaban fuera del alcance. Debe ser planeada y ejecutada con el mismo cuidado con el que se ejecutaron los procesos de la propia implementación.

Es importante documentar los detalles del proyecto que contenga las fechas de cumplimiento; así como, los responsables de las tareas.

El proceso de la optimización es una herramienta para mostrar los beneficios de la creación de la empresa y alcanzar los resultados esperados y eficiencia organizacional. Pero el éxito de la organización está definido por la habilidad de la empresa de integrar y consolidar la propia funcionalidad de su estructura organizacional.

4.6.2. Determinación De Inversiones

4.6.2.1. Inversión Inicial

La empresa prestará sus servicios en un local arrendado de 50 m² compuesto por 3 estaciones de servicio, un counter para recepción y oficina para el contador-auditor y asistente contable. La inversión inicial requerida se detalla a continuación:

Tabla 26: Inversión Inicial

CONCEPTO	VALOR
Gastos de Constitución	150,00

Gastos de Adecuación e Instalación	800,00
Activos Fijos	6.032,50
Suministros de Oficina	200,25
TOTAL	7.182,75

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ **Activos Diferidos:**

Tabla 27: Gastos de Constitución

CONCEPTO	VALOR
Ruc y Facturero	130,00
Patente Municipal	20,00
TOTAL	150,00

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 28: Gastos de Adecuación

CONCEPTO	VALOR
Arreglo y adecuación del local	600,00
Instalaciones Eléctricas	200,00
TOTAL	800,00

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ **Activos Fijos:**

Tabla 29: Activos fijos

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Escritorio Gerencial	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Counter Recepción	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Archivadores	6	\$ 85,00	\$ 510,00
Sillón Gerencial	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillón tipo Secretaria	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Sillón atención clientes	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Pizarra Tipo liquida	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Basurero	4	\$ 3,50	\$ 14,00
Papelera Plástica	3	\$ 4,50	\$ 13,50
TOTAL			\$ 2.492,50
EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Telefono Panasonic	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Regulador de Voltaje	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Impresora Multifunción XEROX 6015	1	\$ 420,00	\$ 420,00
Sumadora CASIO	3	\$ 45,00	\$ 135,00
TOTAL			\$ 690,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOTWARE			

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora INTEL Inside CORE i3	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00
Licencias Sistemas Contable	2	\$ 450,00	\$ 900,00
TOTAL			\$ 2.850,00
TOTAL			\$ 6.032,50

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ **Suministros de Oficina:**

Tabla 30: Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO INICIAL TOTAL
Resmas de papel 500 hojas	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Papel sumadora	5	\$ 0,75	\$ 3,75
Papel fax	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Carpetas let grandes	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Carpetas	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Sobres de manila tamaño oficio	12	\$ 0,15	\$ 1,80
Sellos	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Almohadillas	3	\$ 0,45	\$ 1,35
Tinta china	2	\$ 0,45	\$ 0,90
Moja dedos	6	\$ 1,15	\$ 6,90
Esferos	15	\$ 0,30	\$ 4,50
Corrector	4	\$ 0,60	\$ 2,40
Perforadora	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Engrapadora	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Saca grapas	6	\$ 1,30	\$ 7,80
Grapas (caja)	10	\$ 0,75	\$ 7,50

Cinta scosh	6	\$ 0,35	\$ 2,10
Clips (caja)	10	\$ 0,80	\$ 8,00
Borrador	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Pots notas	10	\$ 0,45	\$ 4,50
Separadores plásticos	10	\$ 0,75	\$ 7,50
TOTAL			\$ 200,25

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

❖ **Capital de Trabajo:**

Tabla 31: Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costo Producción	\$ 187,50
Gastos Administrativos	\$ 1.763,02
Gatos de Venta	\$ 800,00
TOTAL	\$ 2.750,52

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Para el cálculo del capital de trabajo se utilizó el método del periodo del desfase, que nos permite calcular la cuantía de la Inversión en Capital de Trabajo que debe financiarse desde el instante en que empieza a funcionar la empresa hasta el momento que se recupera la inversión con la venta del servicio. Por lo cual se considera como ciclo productivo dos meses. Se considera necesario para 2 meses.

$K.T = (\text{Costo total del año} / 360 \text{ días}) * \text{Número de días del ciclo productivo}$

4.6.2.2. Inversión Total

Se considera todos los recursos materiales, los gastos realizados antes de que la empresa empiece a funcionar; y, el capital de trabajo necesario para el ciclo productivo.

Tabla 32: Inversión Total

DESCRIPCIÓN	TOTAL
ACTIVO FIJO	
Muebles de Oficina	\$ 2.492,50
Equipos de Oficina	\$ 690,00
Equipos de Computación y Software	\$ 2.850,00
Suministros de Oficina	\$ 200,25
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 6.232,75
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$ 150,00
Gastos de Adecuación	\$ 800,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 950,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de Producción	\$ 187,50
Gastos Administrativos	\$ 1.763,02
Gastos de Ventas	\$ 800,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.750,52
INVERSIÓN TOTAL	\$ 9.933,27

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.3. Presupuesto De Ingresos Y Egresos

El sistema presupuestal es un conjunto de presupuestos relacionados o presupuesto maestro, debe empezar siempre con el presupuesto de ventas, gastos, etc.

Se finaliza con el presupuesto de efectivo (flujo de caja proyectado), el presupuesto operativo (estado de ganancias y pérdidas proyectadas o estado de resultados proyectado), y el presupuesto del balance (balance proyectado).

4.6.3.1. Presupuesto de Ingresos

4.6.3.1.1. Proyección de Ventas

Tabla 33: Cliente

Cliente					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Incremento en Clientes		10%	15%	20%	25%
Microempresas	20	22	25	30	38
Pequeña Empresa	4	4	5	6	8
Mediana Empresa	2	2	3	3	4
Profesionales	12	13	15	18	23
Personas Naturales	12	13	15	18	23
TOTAL CLIENTES	50	55	63	76	95

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 34: Precio

Precio					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Incremento en Precio		10%	15%	20%	25%
Microempresas	\$ 180,00	\$ 198,00	\$ 227,70	\$ 273,24	\$ 341,55
Pequeña Empresa	\$ 320,00	\$ 352,00	\$ 404,80	\$ 485,76	\$ 607,20
Mediana Empresa	\$ 550,00	\$ 605,00	\$ 695,75	\$ 834,90	\$ 1.043,63
Profesionales	\$ 45,00	\$ 49,50	\$ 56,93	\$ 68,31	\$ 85,39
Personas Naturales	\$ 45,00	\$ 49,50	\$ 56,93	\$ 68,31	\$ 85,39

	\$ 1.140,00	\$ 1.254,00	\$ 1.442,10	\$ 1.730,52	\$ 2.163,15
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 35: Ingreso Mensual

Ingreso Mensual					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Microempresas	\$ 3.600,00	\$ 4.356,00	\$ 5.760,81	\$ 8.295,57	\$ 12.961,82
Pequeña Empresa	\$ 1.280,00	\$ 1.548,80	\$ 2.048,29	\$ 2.949,53	\$ 4.608,65
Mediana Empresa	\$ 1.100,00	\$ 1.331,00	\$ 1.760,25	\$ 2.534,76	\$ 3.960,56
Profesionales	\$ 540,00	\$ 653,40	\$ 864,12	\$ 1.244,33	\$ 1.944,27
Personas Naturales	\$ 540,00	\$ 653,40	\$ 864,12	\$ 1.244,33	\$ 1.944,27
	\$ 7.060,00	\$ 8.542,60	\$ 11.297,59	\$ 16.268,53	\$ 25.419,57

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 36: Ingreso Anual

Ingreso Anual					
DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Microempresas	\$43.200,00	\$ 52.272,00	\$ 69.129,72	\$ 99.546,80	\$ 155.541,87
Pequeña Empresa	\$ 5.360,00	\$ 8.585,60	\$ 4.579,46	\$ 35.394,42	\$ 55.303,78
Mediana Empresa	\$13.200,00	\$ 5.972,00	\$ 21.122,97	\$ 30.417,08	\$ 47.526,68
Profesionales	\$ 6.480,00	\$ 7.840,80	\$ 10.369,46	\$ 14.932,02	\$ 23.331,28
Personas Naturales	\$ 6.480,00	\$ 7.840,80	\$ 10.369,46	\$ 14.932,02	\$ 23.331,28
	\$84.720,00	\$ 102.511,20	\$ 135.571,06	\$195.222,33	\$ 305.034,89

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.3.2. Presupuesto de Egresos

Tabla 37: Costos y Gastos Totales

Costos y Gastos Totales					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Producción	\$ 2.250,00	\$ 2.475,00	\$ 2.846,25	\$ 3.415,50	\$ 4.269,38
Gastos Administrativos	\$ 21.156,25	\$ 22.214,06	\$ 23.324,77	\$ 24.491,00	\$ 25.715,55
Gastos de Venta	\$ 800,00	\$ 840,00	\$ 882,00	\$ 926,10	\$ 972,41

Total Costos y Gastos	\$ 24.206,25	\$ 25.529,06	\$ 27.053,02	\$ 28.832,60	\$ 30.957,33
------------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.3.2.1. Costos y Gastos Detallados

Tabla 38: Costo de Producción

Costos de Producción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Amortización Adecuación del Local	\$ 800,00	\$ 880,00	\$ 1.012,00	\$ 1.214,40	\$ 1.518,00
Gasto Capacitación	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.518,00	\$ 1.821,60	\$ 2.277,00
Imprevistos	\$ 250,00	\$ 275,00	\$ 316,25	\$ 379,50	\$ 474,38
Total Costo de Producción	\$ 2.250,00	\$ 2.475,00	\$ 2.846,25	\$ 3.415,50	\$ 4.269,38

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 39: Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones	\$ 16.848,00	\$ 18.532,80	\$ 21.312,72	\$ 25.575,26	\$ 31.969,08
Servicio Básico	\$ 1.440,00	\$ 1.584,00	\$ 1.821,60	\$ 2.185,92	\$ 2.732,40
Suministros de Oficina	\$ 450,00	\$ 495,00	\$ 569,25	\$ 683,10	\$ 853,88
Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.518,00	\$ 1.821,60	\$ 2.277,00
Gasto Depreciación Muebles de Oficina	\$ 249,25	\$ 249,25	\$ 249,25	\$ 249,25	\$ 249,25
Gasto Depreciación Equipos de Oficina	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00
Gasto Depreciación Equipos de Computo	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00
Gasto Amortización Gtos. Constitución	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Imprevistos	\$ 300,00	\$ 330,00	\$ 379,50	\$ 455,40	\$ 569,25
Total Gastos Administrativos	\$ 21.156,25	\$ 23.180,05	\$ 26.519,32	\$ 31.639,53	\$ 39.319,86

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 40: Gastos de Venta

Gastos Ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	\$ 150,00	\$ 165,00	\$ 189,75	\$ 227,70	\$ 284,63
Gastos en Ferias	\$ 350,00	\$ 367,50	\$ 385,88	\$ 405,17	\$ 425,43
Imprevistos	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Total Gastos Ventas	\$ 800,00	\$ 847,50	\$ 906,38	\$ 980,16	\$ 1.074,70

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.3.3. Gastos de Depreciación

Tabla 41: Depreciación de Muebles de Oficina y Equipos de Oficina

MUEBLES DE OFICINA									
N	COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
	\$ 750,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
cial	\$ 350,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
ión	\$ 220,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00
	\$ 510,00	\$ 51,00	\$ 51,00	\$ 51,00	\$ 51,00	\$ 51,00	\$ 51,00	\$ 51,00	\$ 51,00
	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
staria	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
elientes	\$ 210,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00
ida	\$ 45,00	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
	\$ 14,00	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 1,40	\$ 1,40
a	\$ 13,50	\$ 1,35	\$ 1,35	\$ 1,35	\$ 1,35	\$ 1,35	\$ 1,35	\$ 1,35	\$ 1,35
TOTAL	\$ 2.492,50	\$ 249,25							
EQUIPOS DE OFICINA									
N	COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
onic	\$ 105,00	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50
oltaje	\$ 30,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
función	\$ 420,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00
O	\$ 135,00	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50
TOTAL	\$ 690,00	\$ 69,00							

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Tabla 42: Depreciación Equipo de Cómputo y Software

EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE						
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Computadora INTEL Inside CORE i3	\$ 1.950,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00
Licencias Sistemas Contable	\$ 900,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL	\$ 2.850,00	\$ 570,00				

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.3.4. Gastos de Amortización

Tabla 43: Gastos de Amortización

Gastos de Amortización						
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	\$ 150,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Gastos de Adecuación	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL	\$ 950,00	\$ 110,00				

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.4. Estados Financieros Proyectados

4.6.4.1. Estado de Perdidas Y Ganancias

Tabla 44: Estado de Perdidas Y Ganancias

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos	\$ 84.720,00	\$ 102.511,20	\$ 135.571,06	\$ 195.222,33	\$ 305.034,89
- Costo de Ventas	\$ 2.250,00	\$ 2.475,00	\$ 2.846,25	\$ 3.415,50	\$ 4.269,38
= Utilidad en Ventas	\$ 82.470,00	\$ 100.036,20	\$ 132.724,81	\$ 191.806,83	\$ 300.765,51
(-) Gastos Administrativos	\$ 21.156,25	\$ 23.180,05	\$ 26.519,32	\$ 31.639,53	\$ 39.319,86
(-) Gastos de Ventas	\$ 800,00	\$ 847,50	\$ 906,38	\$ 980,16	\$ 1.074,70
= Utilidad Operacional	\$ 60.513,75	\$ 76.008,65	\$ 105.299,12	\$ 159.187,14	\$ 260.370,96
15% Participación Trabajadores	\$ 9.077,06	\$ 11.401,30	\$ 15.794,87	\$ 23.878,07	\$ 39.055,64
25% Impuesto a la Renta	\$ 15.128,44	\$ 19.002,16	\$ 26.324,78	\$ 39.796,78	\$ 65.092,74
= UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 36.308,25	\$ 45.605,19	\$ 63.179,47	\$ 95.512,28	\$ 156.222,57

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.4.2.Estado de Situación Inicial

		ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVO				PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE			\$ 3.000,00	CAPITAL	\$ 10.182,75
Caja	\$ <u>3.000,00</u>			Capital	\$ <u>10.182,75</u>
ACTIVO FIJO			\$ 6.232,75		
Muebles de Oficina	\$ 2.492,50				
Equipos de Oficina	\$ 690,00				
Equipos de Computación y Software	\$ 2.850,00				
Suministros de Oficina	\$ <u>200,25</u>				
ACTIVO DIFERIDO			\$ 950,00		
Gastos de Constitución	\$ 150,00				
Gastos de Adecuación	\$ <u>800,00</u>				
TOTAL ACTIVO			<u>\$ 10.182,75</u>	TOTAL PATRIMONIO	<u>\$ 10.182,75</u>
CONTADOR					

CONTADOR

4.6.4.3. Flujo de Efectivo

Tabla 45: Flujo de Efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
DESCRIPCIÓN		2015	2016	2017	2018	2019
Ventas		\$ 84.720,00	\$ 102.511,20	\$ 135.571,06	\$ 195.222,33	\$ 305.034,89
Compras/Egresos		\$ 24.206,25	\$ 25.529,06	\$ 27.053,02	\$ 28.832,60	\$ 30.957,33
Utilidad APEI		\$ 60.513,75	\$ 76.982,14	\$ 108.518,05	\$ 166.389,73	\$ 274.077,56
Impuestos		\$ 24.205,50	\$ 30.403,46	\$ 42.119,65	\$ 63.674,86	\$ 104.148,38
= Utilidad Netas		\$ 36.308,25	\$ 46.578,68	\$ 66.398,40	\$ 102.714,87	\$ 169.929,17
Depreciaciones		\$ 888,25	\$ 888,25	\$ 888,25	\$ 888,25	\$ 888,25
Evaluación de Proyecto		\$ 37.196,50	\$ 47.466,93	\$ 67.286,65	\$ 103.603,12	\$ 170.817,42
Inversión Inicial	\$ 9.933,27	\$ 9.933,27				
Evaluación de Proyecto	\$ 9.933,27	\$ 27.263,23	\$ 47.466,93	\$ 67.286,65	\$ 103.603,12	\$ 170.817,42

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.5.

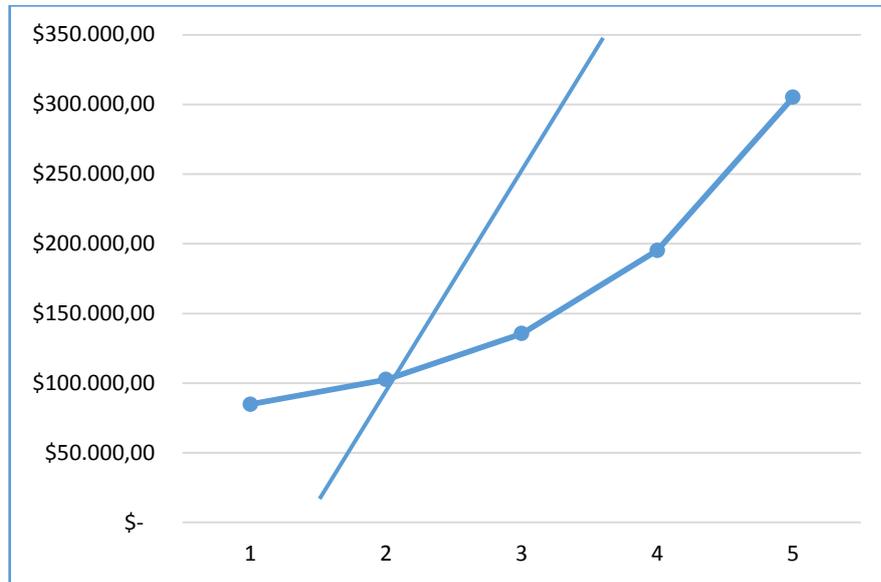
Punto De Equilibrio

Tabla 46: Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos	\$ 84.720,00	\$ 102.511,20	\$ 135.571,06	\$ 195.222,33	\$ 305.034,89
COSTOS FIJOS					
Remuneraciones	\$ 16.848,00	\$ 18.532,80	\$ 21.312,72	\$ 25.575,26	\$ 31.969,08
Servicio Básico	\$ 1.440,00	\$ 1.584,00	\$ 1.821,60	\$ 2.185,92	\$ 2.732,40
Suministros de Oficina	\$ 450,00	\$ 495,00	\$ 569,25	\$ 683,10	\$ 853,88
Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.518,00	\$ 1.821,60	\$ 2.277,00
Gasto Depreciación Muebles de Oficina	\$ 249,25	\$ 249,25	\$ 249,25	\$ 249,25	\$ 249,25
Gasto Depreciación Equipos de Oficina	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00	\$ 69,00
Gasto Depreciación Equipos de Computo	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00
Gasto Amortización Gtos. Constitución	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Gasto Amortización Adecuación del Local	\$ 800,00	\$ 880,00	\$ 1.012,00	\$ 1.214,40	\$ 1.518,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 21.656,25	\$ 23.730,05	\$ 27.151,82	\$ 32.398,53	\$ 40.268,61
COSTOS VARIABLES					
Gasto Capacitación	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.518,00	\$ 1.821,60	\$ 2.277,00
Publicidad	\$ 150,00	\$ 165,00	\$ 189,75	\$ 227,70	\$ 284,63
Gastos en Ferias	\$ 350,00	\$ 367,50	\$ 385,88	\$ 405,17	\$ 425,43
Imprevistos	\$ 850,00	\$ 920,00	\$ 1.026,50	\$ 1.182,19	\$ 1.408,28
Impuestos	\$ 24.205,50	\$ 30.403,46	\$ 42.119,65	\$ 63.674,86	\$ 104.148,38
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 26.755,50	\$ 33.175,96	\$ 45.239,77	\$ 67.311,51	\$ 108.543,71
TOTAL COSTOS TOTALES	\$ 48.411,75	\$ 56.906,01	\$ 72.391,59	\$ 99.710,05	\$ 148.812,32
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 31.652,43	\$ 35.084,55	\$ 40.750,01	\$ 49.447,87	\$ 62.513,39

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

Gráfico 35: Punto de Equilibrio



ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.6. Evaluación Económica

4.6.6.1. Tasa Mínimo Aceptable de Rendimiento

Tabla 47: Tasa Mínimo Aceptable de Rendimiento

Tasa Mínimo Aceptable de Rendimiento	
DETALLE	%
Tasa Referencial de Mercado	4,72%
Inflación	3,53%
Margen Utilidad Requerida	6%
Tasa de Descuento	14%

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 48: TIR Y VAN

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
DESCRIPCIÓN		2015	2016	2017	2018	2019
Ventas		\$ 84.720,00	\$ 102.511,20	\$ 135.571,06	\$ 195.222,33	\$ 305.034,89
Compras/Egresos		\$ 24.206,25	\$ 25.529,06	\$ 27.053,02	\$ 28.832,60	\$ 30.957,33
Utilidad APEI		\$ 60.513,75	\$ 76.982,14	\$ 108.518,05	\$ 166.389,73	\$ 274.077,56
Impuestos		\$ 24.205,50	\$ 30.403,46	\$ 42.119,65	\$ 63.674,86	\$ 104.148,38
= Utilidad Netas		\$ 36.308,25	\$ 46.578,68	\$ 66.398,40	\$ 102.714,87	\$ 169.929,17
Depreciaciones		\$ 888,25	\$ 888,25	\$ 888,25	\$ 888,25	\$ 888,25
Evaluación de Proyecto		\$ 37.196,50	\$ 47.466,93	\$ 67.286,65	\$ 103.603,12	\$ 170.817,42
Inversión Inicial	\$ 9.933,27	\$ 9.933,27				
Evaluación de Proyecto	\$ 9.933,27	\$ 27.263,23	\$ 47.466,93	\$ 67.286,65	\$ 103.603,12	\$ 170.817,42
TASA DE DESCUENTO	14%					
VAN	\$ 247.069,64					
TIR	337%					
ID	16%					

ELABORADO POR: Tatiana Cabezas Ramírez

4.6.7. Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que el proyecto de creación de la microempresa Consultoría Contable “La Moneda” es factible ya que la inversión podrá ser recuperada en el primer año y el Valor Actual Neto para los cinco años arroja un valor superior al de la inversión inicial.

Adicionalmente la Tasa Interna de Retorno (TIR) es superior a la tasa de descuento (TMAR), por lo cual se considera que el proyecto será rentable. Si consideramos el índice de Deseabilidad (ID), podemos considerar que el inversionista podrá tener un notable y atractivo crecimiento de su esfuerzo y dedicación.

CONCLUSIONES

- Se logró establecer que el crecimiento es considerable de las PYMES en el cantón Guano y profesionales es de **7.287** personas con obligaciones tributarias, teniendo una débil estructura empresarial, con procesos contables, tributarios y financieros deficientes y lentos de un 100% el 28% tiene conocimiento en la evolución de la cultura tributaria implementada por el SRI; han creando así una demanda insatisfecha del Servicio Contable, Tributario y Financiero, al que puede servir la microempresa.
- Se logró establecer el direccionamiento estratégico, los procesos creadores de valor, y la factibilidad financiera del proyecto se logró demostrar a través del cálculo del valor actual neto (247.069,64) , la tasa interna de retorno (337%); y, la factibilidad económica a través de punto de equilibrio que la microempresa Consultoría Contable “LA MONEDA” requiere para ofrecer un servicio integral y de calidad a las PYMES, personas naturales y profesionales de Cantón Guano, Provincia de Chimborazo
- Del estudio realizado se puede concluir que es **factible** la creación de una consultoría (microempresa) de servicios contables “LA MONEDA” en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, para apoyar a la comunidad en general y aumentar el nivel de ingresos con un notaria rentabilidad en cada negocio sea familiar, mixto o personal.

RECOMENDACIONES

- Recordar que la creación de una Empresa que ofrece Servicios Contables, Tributarios y Financieros, no sólo significa una inversión financiera, sino que requiere de una estructura organizacional moderna, acorde a los cambios constantes y acelerados que se dan en la época actual.
- Invertir constantemente en planes y programas de capacitación al personal; que les permita, estar actualizados y preparados para prestar sus servicios de manera eficiente y con el fiel cumplimiento de las leyes, normas y disposiciones legales emitidas por los organismos estatales y de control.
- Evaluar el comportamiento del mercado será fundamental para la toma de decisiones y el posicionamiento de la marca y contar con tecnología de punta que permita brindar un servicio de calidad, cumpliendo con los tiempos y entrega de trabajo de manera oportuna y eficiente tanto a clientes internos como a clientes externos.

BIBLIOGRAFÍA

- Avilés, C. (2009). Guía para la elaboración de Proyectos y Anteproyectos. Guayaquil: CEL-NP.
- Baca, G. (1990). Evaluación de proyectos: análisis y administración del riesgo. México: McGraw-Hill.
- Banco Interamericano de Desarrollo del Ecuador (2007). La Microempresa en Ecuador, perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo. Quito: B.I.D.E.
- Bodie, Z. y Merton, R. (2003) Finanzas. México: Prentice Hall.
- Cámara de la Pequeña Industria (2001). Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional. Quito. CPI
- Casparri, M. (2008) Plan de Negocios. Buenos Aires: Comieron
- Centro de Estudios Fiscales, (2010). Curso Virtual sobre Registro Único de Contribuyentes. (2ª.ed.).Quito: CEL-NP.
- Corporación de Estudios y Publicaciones (2008). Constitución Política de la República del Ecuador. Quito. CEP
- Derek, A. y Amón, J. (1989). Planeación Estratégica de Mercado; Problemas y enfoques Analíticos. México: CECSA.
- Dess, G. (2003). Dirección Estratégica. Madrid: McGraw-Hill.
- Dezan & Asociados, (1997). Investigación de Mercados para MEDEC S.A. (4ª.ed.).México: McGraw-Hill.
- Gispert, C. (2001). Enciclopedia práctica de la Pequeña y Mediana Empresa. (2ª.ed.).Barcelona: Océano
- ILPES, (2006) Pauta metodología de evaluación de impacto ex ante y ex post de programas sociales de lucha contra la pobreza. Santiago de Chile: CEPAL
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2010) Censo de población y vivienda. Quito. INEC
- Kotler, P. (1999). El Marketing. Buenos Aires: Paidós
- Kotler, P. (2001) Dirección de Mercadotecnia. México: Prentice – Hall.
- Kushel, J. (2001). Sólo Para Emprendedores. Bogotá: Norma.

- Lovelock, C. (1991) *Mercadotecnia de Servicios*. (3ª.ed.). México: Prentice Hall.
- Malhotra, K. (2008) *Investigación de mercados, un enfoque aplicado*. (5ª.ed.). México: Pearson Educación.
- Malhotra, K. (2004) *Investigación de mercados, un enfoque aplicado*. (4ª.ed.). México: Pearson. Prentice Hall.
- Méndez, C. (2003) *Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. (3ª.ed.). Bogotá: Mc Graw Hill.
- Pérez, C. (2004) *Técnicas Estadísticas SPSS*. Madrid: Prentice Hall.
- Porter, M. E. (2010). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenibilidad de Un Rendimiento Superior*. Madrid: Pirámide.
- Ries, A. y Trout J. (2002). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. (2ª.ed.).México: McGraw Hill.
- Rosenberg, J. M. (1989). *Diccionario de administración y finanzas*. Barcelona: Océano
- Steiner, G. (1983) *Planeación Estratégica*. México: CECSA.
- Taylor, K. (1999). *Investigación de Mercados*, (5ª.ed.). Bogotá: McGraw-Hill.
- Zapata, P. (2008) *Contabilidad General*. (4ª.ed.). México: McGraw-Hill.
- Berry, A. (2000). *Causas de la pobreza en América Latina y políticas para reducirla, con referencia especial al Paraguay*. *Revista Paraguaya de Sociología*, 36(106), 7-34.

ANEXOS

❖ Fichas Bibliográficas

Título:	“Posicionamiento: la batalla por su mente “
Autor:	Ries, Trout Jack
Categoría:	En texto
Número de Páginas:	5
Referencia:	Administración
Editorial	McGraw-Hill.

Título:	“Problemas y enfoques Analíticos.”
Autor:	Abell Derek T; Amón Jonás;
Categoría:	En texto
Número de Páginas:	12
Referencia:	Planeación Estratégica de Mercado
Editorial:	1989

Título:	“El contexto macroeconómico de las políticas, proyectos y programas para promover el desarrollo social y combatir la pobreza. “
Autor:	Berry, Albert.
Categoría:	En texto
Número de Páginas:	5
Referencia:	Administración
Editorial:	CORDES (1997)

Título:	“Diccionario de administración y finanzas”,
Autor:	ROSENBERG, J. M.,
Categoría:	En texto
Número de Páginas:	7
Referencia:	Administración y Fiananzas
Editorial:	España, Barcelona,
Pedidos:	1989

Título:	“Guía para la elaboración de Proyectos y Anteproyectos”,
Autor:	AVILÉS Villalva Carlos,
Categoría:	En texto
Número de Páginas:	15
Referencia:	Proyectos
Editorial:	Quinta edición 2009

Título:	“Contabilidad General”
Autor:	Bravo Valdivieso Mercedes
Categoría:	En texto
Número de Páginas:	20
Referencia:	Contabilidad
Editorial:	Séptima edición, 2007

❖ **Fichas Nemotécnicas**

SRI	Servicio de Rentas Internas	1
<p>El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (SRI)</p> <div style="text-align: right; border: 1px solid green; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: auto;"> <p>C.R.T.A 09-05-2015</p> </div>		

MRL	CÓDIGO DEL TRABAJO	234
<p>Art. 2.- Obligtoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.</p> <p>Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.</p> <div style="text-align: right; border: 1px solid green; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: auto;"> <p>C.R.T.A 09-05-2015</p> </div>		

❖ PATENTE

Todos los ciudadanos que poseen actividades económicas, deben obtener la patente anual de funcionamiento en la Jefatura Municipal de Rentas, documento que les habilita a realizar su actividad comercial de manera legal.

Lic. Irene Alarcón, Jefa de Rentas, informó que desde el 2 de enero del presente año se encuentran disponibles los títulos de crédito por patentes municipales de toda actividad económica, “toda persona natural o jurídica que disponga de alguna actividad económica podrá acercarse a las ventanillas de la tesorería municipal a cancelar el valor por la patente anual de funcionamiento, el que se convierte en el permiso anual de funcionamiento del presente año”.

Las personas que se encuentran obligadas a llevar contabilidad, a más de la patente deberán cancelar el impuesto a los activos totales; al momento se ha cerrado sus cuentas (CIU) para que durante los meses de abril y mayo, estos presenten sus declaraciones a los activos totales con la información actualizada para obtener la base imponible para calcular el valor de la patente.

La funcionaria municipal explicó que los artesanos calificados y las personas de la tercera edad están exonerados según el monto que determina la ley, siempre y cuando, dispongan de un patrimonio no superior a los 500 salarios unificados; solo deberán cancelar las tasas por servicios por aseo y recolección de basura y costos de emisión y mantenimiento en el catastro. La exoneración es en el pago de los impuestos.

Los requisitos para obtener la patente por primera vez son: copias de los documentos personales, copia del RUC, formulario de solicitud para obtener, certificado de no adeudar al Municipio y permiso del Cuerpo de Bomberos; para talleres de mecánica, lavadoras, lubricadoras, bares, karaokes, discotecas entre otras; adicionalmente deberán adjuntar la factibilidad de uso de suelo y el certificado ambiental otorgada por las direcciones de Planificación y Gestión Ambiental e Higiene respectivamente.

❖ PAGO DEL IMPUESTO A LA PATENTE MUNICIPAL

Se informa a la ciudadanía que de acuerdo a lo señalado en el Art. 161 de la Ley Orgánica para el Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario y Bursátil, se establece que previo a la autorización para la emisión de comprobantes de venta, las sociedades que estén obligadas a cumplir con el impuesto a la patente municipal, deberán pagar dicho tributo la primera vez al Servicio de Rentas Internas, institución que cumplirá las funciones de agente recaudador.

Por este motivo, todas las sociedades inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a partir del 21 de mayo de 2014, deberán realizar el primer pago del impuesto a la patente municipal al SRI, a través de las instituciones financieras a nivel nacional en el Formulario 106, utilizando el código de impuesto No. 9090 denominado “Impuesto de Patente Municipal”.

Dicho formulario se encuentra disponible en la página web www.sri.gob.ec. Este primer pago realizado por la sociedad constituye un anticipo del impuesto a la patente municipal y corresponderá al uno por ciento (1%) sobre el monto de su capital social o patrimonio, atendiendo su naturaleza jurídica, cuyo monto no podrá ser superior a US\$25.000 dólares ni inferior a US\$10 dólares, de acuerdo a lo señalado en el Art. 548 del COOTAD.

Luego del pago realizado al SRI, en los años posteriores, las sociedades deberán pagar los valores correspondientes al impuesto a la patente en los respectivos municipios de acuerdo a las Ordenanzas expedidas para el efecto.

En caso de detectarse que el impuesto a la patente municipal no ha sido pagado por la sociedad dentro del plazo de tres meses contados desde la fecha de inscripción en el RUC, el SRI procederá a suspender la respectiva autorización para la emisión de los comprobantes de venta

Sección Novena

Impuesto de Patentes Municipales y Metropolitanas

Artículo 546.- Impuesto de Patentes.- Se establece el impuesto de patentes municipales y metropolitanos que se aplicará de conformidad con lo que se determina en los artículos siguientes.

Artículo 547.- Sujeto Pasivo.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Artículo 548.- Base Imponible.- Para ejercer una actividad comercial, industrial o financiera, se deberá obtener una patente anual, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad. Dicha patente se la deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

El concejo, mediante ordenanza establecerá la tarifa del impuesto anual en función del patrimonio de los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón. La tarifa mínima será de diez dólares y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América.