

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Tesis previa a la obtención del Título de:
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ASESORÍA TRIBUTARIA Y CONTABLE EN LA CIUDAD DE IBARRA.**

AUTOR:

ROLANDO MARTÍN ACOSTA BEDÓN

DIRECTOR:

LCDO. RÓMULO EDUARDO MENA CAMPAÑA

QUITO, ENERO DEL 2012

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Rolando Martín Acosta Bedón declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Rolando Martín Acosta Bedón

CC: 100300954-3

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por el señor Rolando Martín Acosta Bedón, bajo mi supervisión.

Lcdo. Rómulo Mena C.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por esa fortaleza y protección incondicional recibida en cada una de las acciones de mi vida y que hoy permite la culminación de mi carrera.

Con profundo cariño y respeto, a mis padres por el infinito amor, dedicación y esfuerzo al servicio de mis grandes ideales. Gracias a ellos por ayudarme a crecer a plenitud con respeto a los demás, con honestidad y sobre todo con conciencia social.

Gracias a Reinaldo, Francisco, Daniel, Carlitos y Anita por su comprensión, amor, lealtad y cuidados que hicieron posible la consecución de uno de mis más grandes objetivos.

Gracias al amor, a esa persona especial que algún día supo tomar mi mano para caminar juntos a la par, hacía la consecución de grandes objetivos; siendo mi soporte, aliento y oxígeno todos los días.

Rolando Martín

AGRADECIMIENTOS

Mi gratitud a la Universidad Politécnica Salesiana por la oportunidad brindada en mi propósito de alcanzar la más anhelada meta y que sabré refrendarla con mi desempeño profesional enmarcado en la práctica de valores y conciencia social.

A los catedráticos de este importante Centro de Estudios por su capacidad, responsabilidad profesional, entrega y calidad humana puesta al servicio de mis mejores logros.

A mi Director de Tesis, Lcdo. Rómulo Eduardo Mena Campaña por su ayuda incondicional al entregar su tiempo, paciencia y conocimiento en la realización de este trabajo.

Al Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra y demás instituciones públicas y privadas por las facilidades prestadas para la realización de esta investigación.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO	13
1.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	13
1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	13
1.2.1 SERVICIO DE ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA	15
1.3 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL.....	19
1.3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	19
1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	41
1.4.1 CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA	41
1.4.2 FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA.....	42
1.4.3 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA.....	43
1.4.4 DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO	44
1.4.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	44
1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	49
1.5.1 CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA	50
1.5.3 OFERTA ACTUAL.....	51
1.5.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	53
1.6 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	54
1.7 ANÁLISIS DEL PRECIO EN EL MERCADO	55
1.7.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS	55
1.7.2 DETERMINACIÓN DE PRECIO ACTUAL	56
1.7.3 ESTRATEGIA COMPETITIVA GENÉRICA	56
1.7.4 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO	58
1.8 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN (MARKETING MIX)	59
1.8.1 ESTRATEGIA DE SERVICIO.....	59
1.8.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	61

18.3 ESTRATEGIAS DE PLAZA	61
1.8.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	63
CAPÍTULO II	
ESTUDIO TÉCNICO	64
2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	64
2.1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO	66
2.1.2 CAPACIDAD DEL SERVICIO	72
2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	72
2.2.1 MACROLOCALIZACIÓN	72
2.2.2 MICROLOCALIZACIÓN	74
2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	77
2.3.1 PROCESO DEL SERVICIO	77
2.3.3 PROGRAMA DEL SERVICIO.....	80
2.3.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	81
2.3.5 REQUERIMIENTO DE INSUMOS Y MATERIALES	82
2.3.6 REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA	82
2.3.7 REQUERIMIENTO DE EQUIPOS.....	84
2.3.8 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA	84
2.3.9 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	86
CAPÍTULO III	
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	87
3.1 BASE LEGAL.....	87
3.1.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	87
3.1.2 TIPO DE EMPRESA (SECTOR/ACTIVIDAD, CIU).....	88
3.1.3 RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO, SLOGAN.....	88
3.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA	89
3.2.1 VISIÓN	90

3.2.2 MISIÓN.....	91
3.2.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	92
3.2.4 PRINCIPIOS Y VALORES	92
3.2.5 ESTRATEGIA EMPRESARIAL	94
3.4 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	95
3.4.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA	95
3.4.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.....	95
3.4.3 CLASIFICACIÓN DE PUESTOS.....	95
3.4.4. VALORACIÓN DE PUESTOS	98
3.4.5 RECLUTAMIENTO.....	99
3.4.6 SELECCIÓN DE PERSONAL.....	100
3.4.7 INDUCCIÓN	102
3.4.8 CAPACITACIÓN	103
3.4.9 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.....	104
3.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	106
3.6 ORGANIGRAMA FUNCIONAL	107
CAPÍTULO IV	
ESTUDIO FINANCIERO	108
4.1 PRESUPUESTOS	108
4.1.1 PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN.....	109
4.1.2 PROGRAMA DE INVERSIÓN.....	117
4.1.3 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN	118
4.1.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	123
4.2 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	125
4.2.1 ESTADO DE RESULTADOS	125
4.2.2 FLUJO NETO DE FONDOS	127
4.2.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	128

4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	130
4.3.1 FLUJO DE FONDOS.....	130
4.3.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO	131
4.3.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN	133
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	139
5.1 CONCLUSIONES.....	139
5.2 RECOMENDACIONES.....	140
BIBLIOGRAFÍA	142
ANEXOS	144

RESUMEN EJECUTIVO

En la ciudad de Ibarra se ha visto el incremento del movimiento económico debido al crecimiento de la población y entre otros factores a la llegada de muchas personas de nacionalidad colombiana que se han domiciliado en Ibarra y se encuentran desarrollando actividades económicas y por lo tanto se encuentran inmersas en las obligaciones tributarias con el Servicio de Rentas Internas.

En medio del desarrollo económico, se observan muchos problemas en materia tributaria y contable, especialmente cuando se trata de declaraciones de impuestos administrados por el SRI, debido a que se ha incrementado la prestación de servicios tributarios de una manera poco confiable, suministrados por personas que no han tenido la debida preparación para cubrir las necesidades que los contribuyentes demandan para no tener inconvenientes con el SRI.

En Ibarra se ha multiplicado la prestación de servicios de asesoría tributaria y contable de manera *informal*, que ocasiona reiteradamente que los precios por estos servicios disminuyan afectando por igual tanto a los proveedores formales del servicio y los consumidores; los últimos debido al servicio deficiente que reciben, lo que origina un sinnúmero de problemas con el Servicio de Rentas Internas, tales como: declaraciones incorrectas y tardías, ausencia de un registro ordenado y cronológico de las actividades económicas; que conlleva al contribuyente a una constante pérdida de tiempo y dinero.

La informalidad en la prestación de este servicio hace que se desvíe la cultura tributaria y administrativa en Ibarra, debido a que la persona que prestan este servicio informalmente lo hace de manera poco ética y anti-técnica, generando desconfianza en la ciudadanía con respecto a los profesionales capacitados en la rama tributaria y contable.

Con el presente estudio de factibilidad se realiza un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio organizacional y un estudio financiero; con el fin de conformar una empresa de asesoría tributaria y contable, siendo sus actividades la prestación de servicios tributarios como: declaraciones de impuestos (IVA, IR, ICE, Impuestos a la propiedad de vehículos, etc.), elaboración de anexos transaccionales, relación de

dependencia, gastos personales, declaración patrimonial, etc... Y como complemento, la prestación de servicios contables como: asesoría y capacitación permanente, manejo de registro de compras y ventas, elaboración de informes financieros (Balance General, Estado de Resultados, Flujo de Efectivo, etc.), presupuestos y demás servicios que impliquen la aplicación de principios, leyes y reglamentos vigentes, para cubrir las necesidades de los clientes.

Los servicios tributarios y contables, se enfocan a las medianas y pequeñas empresas, así como a personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad, que desarrollen actividades económicas y que estén inmersas en las obligaciones tributarias con el SRI.

El estudio de mercado evalúa el grado de aceptación del servicio por parte de los potenciales consumidores, esta aceptación se la mide través de la investigación de campo por medio de la elaboración de encuestas que ayudarán a definir parámetros de partida para la conformación de la empresa. Así mismo gracias a la ayuda del Ilustre municipio de San Miguel de Ibarra, se obtiene datos históricos y actuales sobre los potenciales clientes y competidores, datos que permiten proyectar a 5 años los posibles consumidores y oferentes directos del servicio. Los análisis efectuados conllevan a determinar la demanda insatisfecha y a plantear estrategias que viabilicen el éxito de la empresa.

El estudio técnico por su parte, establece información referente a los recursos a ser utilizados por la empresa; es decir, plantea lo que se requiere para su funcionamiento. Es así que se determina los recursos materiales, tecnológicos, económicos y el talento humano que formarán parte indispensable de la empresa. Por otro lado se detalla el flujo del proceso del servicio a ofrecer y también una parte vertebral del estudio que es la ubicación óptima de la empresa, que para este caso será el centro de la ciudad de Ibarra.

El estudio organizacional, representado en el capítulo 3 de esta investigación, marca la identidad de la empresa; es decir, define la misión, visión y objetivos que busca la empresa con su funcionamiento. Se detalla su estructura organizacional y se establecen las responsabilidades y los perfiles requeridos de los miembros de la empresa.

En el capítulo 4, se describe el estudio financiero del proyecto, en otras palabras, se plasma de forma numérica y definitiva la viabilidad del proyecto, es decir con datos financieros de rentabilidad y beneficios de la inversión realizada. Se presupuesta estados financieros proyectados a 5 años, con el objetivo de estimar el tiempo exacto de recuperación de la inversión, abriendo la posibilidad de tomar decisiones y plantear estrategias para que se cumpla lo pronosticado. Se finaliza realizando un análisis de sensibilidad, determinado el comportamiento del proyecto frente a escenarios desfavorables, obteniendo resultados satisfactorios. Lo que hace que se llegue a la conclusión que el proyecto sea viable.

Por último, se describen las conclusiones y recomendaciones que arroja la presente investigación, las mismas que se encuentran en el capítulo 5. Donde se evidencia de manera resumida, las ventajas de la creación de una empresa de asesoría tributaria y contable en la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para tomar la decisión de lanzar un nuevo producto, crear una empresa se requiere evaluar el grado de aceptación por parte del consumidor de lo que se está ofreciendo. De igual forma si el producto ya existe en el mercado debe investigarse entre otros, quién, dónde, y con qué frecuencia realiza la compra el consumidor o qué espera del producto¹. Éste proceso según Rosillo (2008) se denomina estudio de mercado y constituye una parte indispensable en el ejercicio de formulación y evaluación de un proyecto.

Objetivos específicos del estudio de mercado:

- Establecer las características esenciales del servicio
- Determinar los posibles consumidores del servicio
- Realizar un estudio de la oferta y demanda insatisfecha del servicio objeto de estudio
- Diseñar el plan operativo de ventas y marketing
- Planear estrategias comerciales que permitan la implantación adecuada del servicio.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Servicio: Es la actividad o beneficio intangible que una persona brinda a otra a cambio de una retribución económica de parte del comprador, el mismo que por contrapartida recibe una solución o satisfacción a una necesidad.

¹ROSILLO C. Jorge, "Formulación y evaluación de inversión para empresas manufactureras y de servicios", Cengage Learning, Colombia, 2008, p 30

Gráfico N° 1.1

CARACTERÍSTICAS DE UN SERVICIO



Fuente: ILDEFONSO G. Esteban. (2005). MARKETING DE SERVICIOS. Pág. 39

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Si se pretende tener éxito en la apertura de una empresa es necesario estar dispuesto a desempeñar un nuevo rol en el mercado y sobre todo tener un conocimiento acertado de aspectos del mercado como:

- Identificar la existencia de una necesidad insatisfecha o la viabilidad de brindar un servicio mucho mejor al existente, mediante información recopilada que permita tener una idea de la naturaleza y el entorno del mercado a incursionar.
- Determinar si las características del servicio son suficientes para cubrir los requerimientos que la demanda estaría dispuesta a utilizar y pagar.
- Conocer el nivel de exigencia o expectativas de los posibles usuarios con respecto al servicio a brindar.
- Seleccionar las mejores vías de motivación del consumo mediante las cuales se va a aumentar la receptividad del servicio por parte de los usuarios.

Los beneficios que se pretende brindar a los consumidores de los servicios de la nueva empresa se encuentran enmarcados bajo las siguientes características:

- Implementación de sistemas contables.
- Generación de información como sustento para la toma de decisiones.
- Cumplimiento de disposiciones y normativa legal, además de la correcta declaración y pago oportuno de las obligaciones tributarias.
- Optimización de recursos económicos evitando el pago innecesario de multas e intereses.

Los servicios que ofertará la nueva empresa son:

1.2.1 SERVICIO DE ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA

1.2.1.1 Asesoría Contable

Va enfocado a proporcionar asistencia a todas aquellas personas naturales o jurídicas que desarrollen una actividad económica y que requieran una adecuada organización de sus registros contables, que vayan acorde a la transaccionalidad y exigencias de la naturaleza de sus negocios, para lo cual se contará con un grupo de profesionales competentes que procesarán la información obtenida, traduciéndola en términos monetarios, que permitan ser una guía para el correcto manejo y administración de los recursos.

No se puede concebir una organización que no utilice la contabilidad como herramienta para el control de sus actividades y como fuente de información para los procesos de decisión. Toda organización requiere un patrimonio para su funcionamiento, y la función de la contabilidad es medirlo y valorarlo. De allí surge una relación tan estrecha entre organización y contabilidad que dirigir una organización que no lleve contabilidad sería como guiar un avión, en la noche sin el instrumental necesario.²

De esta manera, se pretende demostrar que la contabilidad es parte medular de cualquier estructura económica, sin importar su dimensión. Y también que a través de la interacción y dinámica de principios y normas se puede llegar a conocer, aclarar, corregir, proveer y guiar una eficiente gestión económica y administrativa.

² BERNAL N. Mireya, "Contabilidad, sistema y gerencia", CEC SA, Venezuela, 2004, p 27

Hoy en día, existen varias áreas específicas donde se puede desarrollar el servicio de asesoría contable de acuerdo a los objetivos que cumple cada una de ellas, de tal manera que podemos referirnos a:

- Contabilidad comercial
- Contabilidad de costos industriales y agrícolas
- Contabilidad de servicios

1.2.1.1.1 Contabilidad comercial

Este servicio va orientado a las empresas cuya finalidad y actividad principal es la comercialización de productos y/o servicios sin realizar ninguna modificación, ni someterlos a procesos industriales. Claro está que su objetivo es percibir una utilidad proveniente de la diferencia siempre positiva entre el precio de venta con respecto al precio de compra.

Consecuentemente para Warren, Reeve y Fess (2005): “El sistema contable de un establecimiento mercantil (comercial) debe diseñarse con el fin de registrar la recepción de mercancías o productos que se van a vender, controlar los productos disponibles para la venta y registrar tanto la venta como el costo de productos vendidos”.³

La operatividad del servicio será el manejo contable; es decir, el registro y control de todas las compras, ventas, ingresos, gastos, etc. En sí todas las connotaciones que el sistema contable implica para este tipo de empresas. Considerando que son las de mayor número en el mercado, y sin embargo, pocas son las que cuentan con un sistema contable bien estructurado ya que se desconoce de los beneficios que se obtendrían al implantarlos.

³ WARREN S. Carl, REEVE M. James y FESS E. Philips,, “Contabilidad financiera”, Thompson, México, 2005, p 231

1.2.1.1.2 Contabilidad de costos industriales y agrícolas

Como señala Boulanger (2007): “Un sistema de contabilidad de costos es un conjunto de registros que se establecen en una empresa industrial con el fin de controlar en términos cuantitativos, las operaciones relacionadas con la producción de satisfactores, para informar de manera oportuna y accesibles sobre ellas”⁴.

La asesoría en éste campo va dedicada a entes de producción donde la transformación de la materia prima en un producto/servicio terminado es la actividad diferenciadora del resto de empresas. Actividad en la cual intervienen costos fijos y variables con el fin de determinar un costo unitario de los productos/servicios fabricados.

Dentro de éste sector podemos enmarcar el siguiente grupo de empresas de producción:

1. Industria de alimentos y bebidas
2. Papel, Imprenta y editoriales
3. Textiles y confecciones
4. Cuero y calzado
5. Maderas y muebles
6. Artesanías

Lo que la nueva empresa busca con la prestación de este servicio es:

- a) Consolidar valores reales de: inventarios (productos terminados, en proceso y materias primas), planta y equipo, en fin todas la inversiones en activos y pasivos con miras a la presentación de un Balance General que refleje la realidad económica de la empresa.
- b) Determinar el costo de producción y el precio de venta con el fin de poder calcular la utilidad o pérdida en un período determinado para elaborar el Estado de Pérdidas y Ganancias.

⁴ BOULANGER J. Francisco, “Costos Industriales”, Editorial Tecnológica de Costa Rica, Costa Rica, 2007, p 151

- c) Ofrecer a la gerencia una herramienta administrativa para optimizar procesos y recursos a través de la planificación y control de los costos de producción.
- d) Obtener información financiera útil que sirva de base para decisiones y estudios especiales, para futuras inversiones de capital ya sea a largo plazo o a corto plazo, como la implementación de maquinaria nueva, nuevas líneas de productos o servicios, expansión de planta o la fijación de precios de venta.

1.2.1.1.3 Contabilidad de servicios

Al prestar un servicio, una empresa o persona incurre en costos operativos para poder satisfacer la necesidad de los clientes o consumidores. Determinar ese costo operativo es el objetivo que se pretende alcanzar al brindar el servicio de asesoría a este tipo de empresas las mismas que pueden brindar servicios de: salud, educación, transporte, recreación, alimentación, estadía, etc.

- a) Copilar y clasificar información
- b) Codificar y elaborar el plan de cuentas
- c) Contabilizar y registrar las transacciones
- d) Procesar la información
- e) Estructurar y emitir los Estados Financieros.

1.2.1.2 Asesoría tributaria

La asesoría va orientada a la solución integral de los problemas o necesidades relacionadas a la materia tributaria, el objetivo principal es ser un soporte de confianza para los contribuyentes, dándoles a conocer las disposiciones y obligaciones tributarias a las que están inmersos, con la consigna de que cada una de ellas sean cumplidas correcta y oportunamente de conformidad con las leyes y reglamentos vigentes. De la mano con la asesoría se encuentra el servicio de capacitación en temas tributarios como muestra de que se asegura un servicio integral y completo en éste campo.

De acuerdo a las obligaciones que establecen las leyes y reglamentos los servicios a ofrecer serán:

1. Impuesto a la Renta (IR)
 - Declaración Anual, corporativo o personal
 - Retenciones en la Fuente
 - Compra de bienes o servicios
 - Por rendimientos financieros
 - Anexo de Compras y Retenciones en la Fuente de Impuesto a la Renta (REOC)
2. Impuesto al Valor Agregado (IVA)
 - Declaración mensual
 - Declaración semestral
 - Anexo transaccional
3. Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)
4. Impuesto a los activos totales
5. Patentes municipales
6. Anexo de declaración patrimonial
7. Anexo de relación de dependencia
8. Anexo de gastos personales.

1.3 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

Para efectos de determinar la demanda insatisfecha es necesario conocer la demanda actual, la misma que viene dada a través de recolección de datos utilizando la investigación de campo como fuente confiable de información, a continuación se expone la técnica a utilizar para lograr nuestro cometido.

1.3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

1.3.1.1 Objetivo

Recolectar, presentar y analizar datos e información que será utilizada para realizar un estudio de mercado y determinar los requerimientos y factores que influirán para

conocer la factibilidad de crear una empresa de asesoría contable y tributaria en la ciudad de Ibarra.

1.3.1.2 Segmento

La segmentación de mercado se basará en la información obtenida en las encuestas y se dividirá en tres etapas que son:

- Selección o identificación de variables de segmentación.
- Perfiles resultantes de los segmentos.
- Selección del mercado meta.

1.3.1.2.1 Identificación de las variables de segmentación

Para la segmentación del mercado se ha identificado las variables en lo que respecta a las personas naturales y jurídicas, que pueden ser demandantes potenciales del servicio. El método de segmentación escogido es el sociodemográfico, ya que las variables seleccionadas describen este perfil en las mencionadas personas que desarrollan una actividad económica en la ciudad de Ibarra.

CUADRO 1.1
VARIABLES DE SEGEMENTCIÓN

VARIABLES	SEGMENTOS
Tipo de personería	<ul style="list-style-type: none">• Personas naturales• Personas jurídicas
Actividad económica	<ul style="list-style-type: none">• Producción• Comercialización• Servicios

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

- **Tipo de personería**

Esta variable representa la condición legal de un ente económico, que de acuerdo a la naturaleza de conformación del mismo se puede clasificar en:

- 1) *Personas Naturales:* Se refiere a cualquier individuo de la especie humana, cualquiera que sea su edad, condición o sexo. Una persona natural puede ejercer actos de comercio siempre que haya cumplido su mayoría de edad y no tenga impedimento para realizar esta actividad., las mismas que ejercen derechos y cumplen obligaciones a título personal.⁵
- 2) *Persona Jurídica:* Más conocidas como empresas, se considera como persona jurídica a la reunión de dos o más personas naturales que constituidas legalmente obtienen personería jurídica; es una entidad ficticia que tiene capacidad para ejercer sus derechos y contraer obligaciones, puede funcionar con un nombre comercial o razón social.⁶

- **Actividad económica:**

Dentro de esta variable se representan todos los grupos económicos de potenciales clientes del servicio a ofrecer.

- 1) *Producción:* Son las actividades de transformación de materia prima, donde interviene la mano de obra directa y costos indirectos para obtener un producto terminado o semielaborado.
- 2) *Comercialización:* Actividades de compra y venta de productos, donde se obtiene una ganancia de la diferencia siempre positiva del precio de venta con el precio de compra de un bien.

⁵ CABANELLAS Guillermo, “Diccionario Jurídico Elemental”, Editorial Heliasta, Argentina, 1998, p304

⁶ *Ibidem.*

- 3) *Servicios*: Actividad cuyo objetivo principal es satisfacer una necesidad del cliente a cambio de un beneficio económico.

1.3.1.2.2 Identificación de los perfiles resultantes

Para la obtención de la información de los perfiles resultantes en lo referente al tamaño del mercado, se estableció un procedimiento de muestreo estratificado en donde, cada una de las actividades económicas representa un estrato para la aplicación de la encuesta.

Según datos del Ilustre Municipio de Ibarra, a finales del año 2011 existen en la ciudad 7.032 entes económicos que desarrollan alguna clase de actividad económica, de los cuales según el cuadro 1.2 el 75% corresponde a personas naturales y un 25% a personas jurídicas; las mismas que están inscritas en el Registro Único de Contribuyente (RUC) a través del Servicio de Rentas Internas (SRI).

CUADRO 1.2
VALORES DE PERFILES RESULTANTES

SECTOR	Personas naturales	Personas jurídicas	TOTAL
Producción	239	173	412
Comercialización	1.575	1.240	2.815
Servicios	3.461	344	3.805
TOTAL	5.275	1.757	7.032
%	75%	25%	100%

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

1.3.1.2.3 Selección del mercado meta

El mercado meta, según los datos obtenidos son todas las personas naturales o jurídicas que desarrollan un actividad económica ya sean actividades productivas, comerciales o de servicios ubicadas en la ciudad de Ibarra. Por ésta razón, las

estrategias comerciales y el mix de mercadeo, deben ser enfocadas a todo este segmento para obtener resultados convenientes para el estudio en proceso. Éste segmento de mercado posee 7.032 posibles demandantes del servicio de asesoría tributaria y contable.

1.3.1.3 Tamaño del universo

“El primer paso para diseñar una muestra consiste en definir la población o universo de estudio. El universo es el conjunto de elementos de los cuales se desea extrapolar los resultados de la muestra. Todos los elementos del universo son homogéneos por su definición”⁷

La población objeto de estudio son todas las personas naturales o jurídicas de la ciudad de Ibarra registradas en el RUC en el año 2011 que pueden ser demandantes del servicio de asesoría ofrecidos por la nueva empresa.

**CUADRO 1.3
TAMAÑO DEL UNIVERSO**

DETALLE	POBLACIÓN			TOTAL
	Industriales	Servicios	Comerciales	
Personas naturales	239	1.575	3.461	5.275
Personas jurídicas	173	1.240	344	1.757
TOTAL				7.032

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

⁷ GALINDO J. Luis, “Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación”, Pearson educación de México, México, 1998, p 48

1.3.1.4 Tamaño de la muestra

La muestra a aplicarse se enfocará en los propietarios o representantes de negocios particulares y empresas en la ciudad de Ibarra.

Se utilizará la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra;

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Simbología:

n = muestra

N = población

Z = nivel de confianza 95% (valor estándar 1.96)

p = var iabilidad positiva 0,5 (se asume máxima var iabilidad debido a que no existen antecedentes de estudios similares en Ibarra)

q = var iabilidad negativa

E = margen de error

Datos:

n = ?

N = 7032

Z = 95% (valor estándar 1.96)

p = 0,5

q = 0,5

E = 0,05

Entonces al reemplazar la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{7032 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)}{(7032 - 1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 364,30948 \Rightarrow \text{TAMAÑO DE LA MUESTRA} = \underline{\underline{365}}$$

1.3.1.4.1 Factor de distribución proporcional de muestreo

Con el objetivo de obtener el número de encuestas por estrato, se procede a calcular el factor de distribución proporcional de muestreo, que nos permitirá clasificar la muestra según los parámetros definidos en el mercado meta:

Fórmula:

$$F_M = \frac{n}{N}$$

Simbología:

F_M = factor de distribución proporcional de muestreo

n = tamaño de la muestra

N = tamaño del universo

Datos:

$F_M = ?$

$n = 372$

$N = 7032$

Reemplazando en la fórmula obtenemos:

$$F_M = \frac{364}{7032}$$

$$F_M = 0,051807378$$

Con los resultados obtenidos se procede a determinar el número de encuestas a realizarse según la clasificación realizada a la población.

CUADRO N° 1.4
DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE ENCUESTAS ENTRE LOS ESTRATOS

DETALLE	MUESTRA			TOTAL
	Industriales	Servicios	Comerciales	
Personas naturales	12	82	180	274
Personas jurídicas	9	64	18	91
			TOTAL	365

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Una vez determinado el número de encuestas a realizar, se procede al diseño de la encuesta como instrumento de investigación, cuyo objetivo es analizar la situación actual del mercado en la ciudad de Ibarra, observar las perspectivas y expectativas de las personas naturales y jurídicas acerca de la creación de una empresa de asesoría contable y tributaria.

Cabe recalcar que el método utilizado para la aplicación de las encuestas fue el muestreo por conveniencia, un muestro no probabilístico, el mismo que por el número de encuestas y la magnitud del espacio a abarcar resulta ventajoso, ya que se preferirá la zona centro de la ciudad de Ibarra sin descuidar del todo las zonas aledañas.

1.3.1.5 Diseño del instrumento de investigación

ENCUESTA	
El objetivo de la siguiente encuesta es realizar un estudio referente a las expectativas del mercado acerca del servicio de asesoría tributaria y contable en la ciudad de Ibarra, auspiciado por la Universidad Politécnica Salesiana - Quito, para lo cual pedimos su colaboración y anticipamos nuestro agradecimiento.	
CUESTIONARIO N° <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	FECHA: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> dd mm aa
Datos Informativos Nombre/ Razón Social: Dirección: Actividad Económica:	
1.- El manejo de la información contable y tributaria de su empresa es manejada por: <input type="checkbox"/> Persona Privada <input type="checkbox"/> Personal de la empresa <input type="checkbox"/> No tiene (pase a la pregunta 6)	
2.- ¿Cuál es la frecuencia de el uso de éste servicio? <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual	
3.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción que tiene con el servicio que recibe actualmente? <input type="checkbox"/> Muy satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Poco Satisfecho	
4.- ¿Qué dificultades encuentra en el servicio que actualmente tiene contratado? a.- Costos elevados <input type="checkbox"/> b.- Impuntualidad en el servicio <input type="checkbox"/> c.- Falta de seriedad <input type="checkbox"/> d.- Bajos niveles de atención al cliente <input type="checkbox"/>	
5.- ¿De acuerdo a la frecuencia de su uso, cuál es el presupuesto que su empresa destina por la contratación de este servicio? <input type="checkbox"/> menos de 100 USD <input type="checkbox"/> 101 a 250 USD <input type="checkbox"/> 251 a 500 USD <input type="checkbox"/> mayor a 500 USD	
6.- ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de asesoría tributaria y contable con una nueva empresa honesta, responsable y con elevados estándares profesionales? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	

1.3.1.6 Tabulación y procesamiento de datos

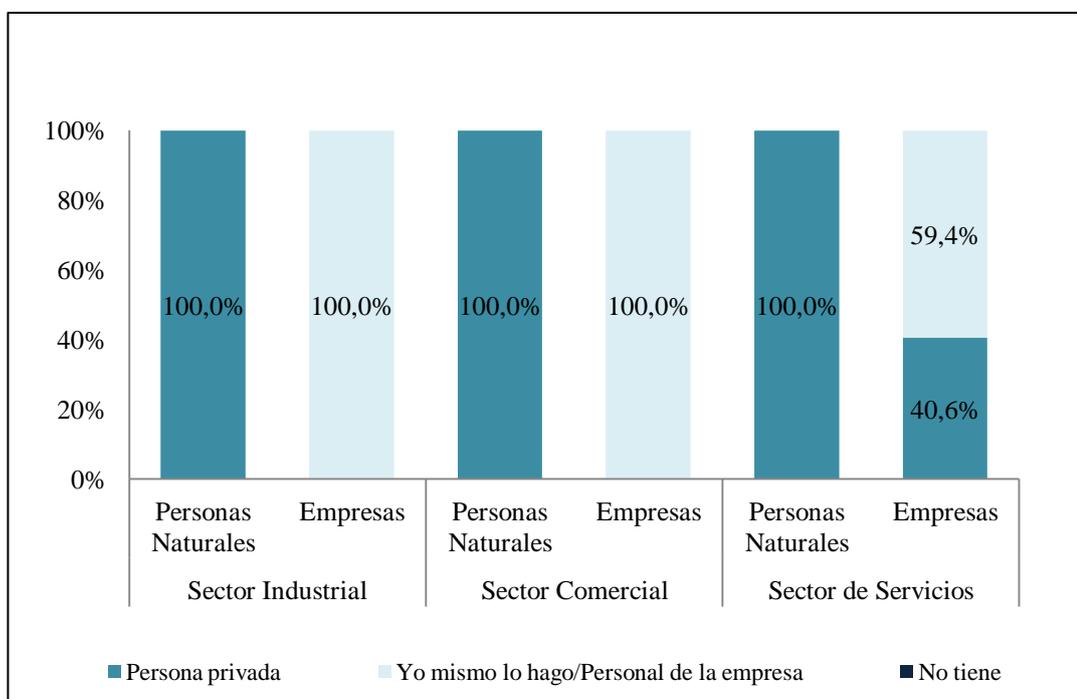
Los resultados de la presente investigación fueron procesados utilizando el software estadístico SPSS 18.0, cuyas gráficas y análisis se encuentran a continuación:

1. El manejo de la información contable y tributaria de su empresa es manejada por:

- (1) Persona Privada (2) Personal de la empresa (3) No tiene
(pase a la pregunta 6)

Manejo de información

	Sector Industrial		Sector Comercial		Sector de Servicios	
	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas
Persona privada	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	40,6%
Yo mismo lo hago/Personal de la empresa	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	59,4%
No tiene	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Se puede evidenciar que todas las empresas y personas naturales manifiestan su voluntad de tener un control sobre la parte financiera y tributaria de sus negocios, esto se refleja en que todas tienen personal destinado para este oficio ya sean funcionarios de la empresa o una persona independiente contratada.

Las empresas por su parte muestran su necesidad evidente de contar con una persona a tiempo completo dedicada al manejo de la información financiera y tributaria, debido a la naturaleza de las mismas y la complejidad de sus transacciones.

Por otro lado las personas naturales, debido a la dinámica de sus negocios permiten que se inclinen en su totalidad por contratar personas externas para el manejo de la información.

2.- ¿Cuál es la frecuencia de el uso de éste servicio?

(1) Mensual

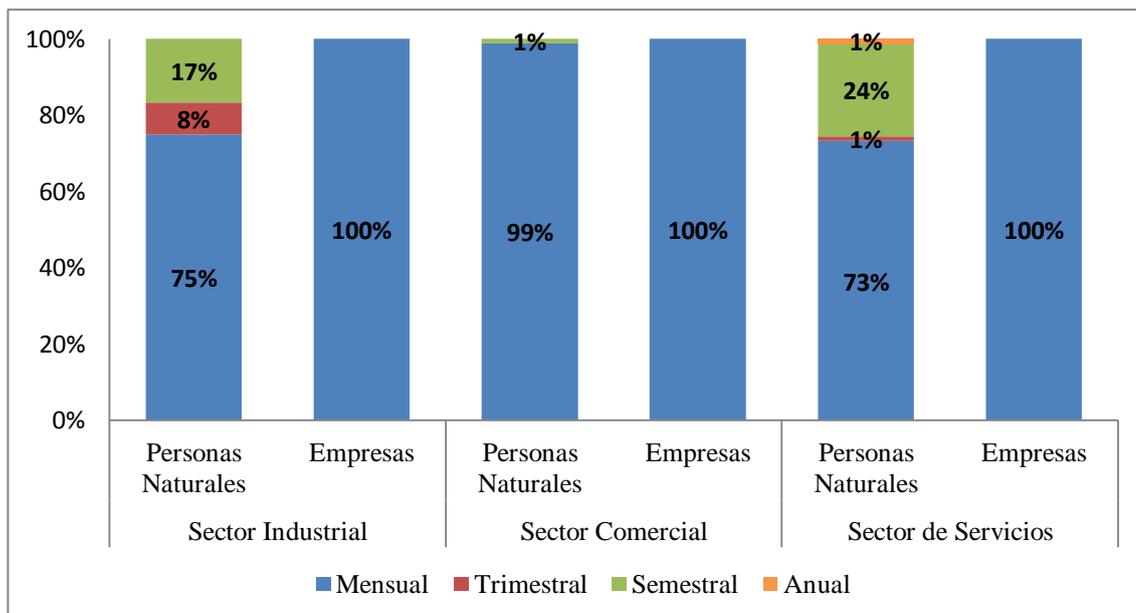
(2) Trimestral

(3) Semestral

(4) Anual

Frecuencia de uso del servicio

	Sector Industrial		Sector Comercial		Sector de Servicios	
	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas
Mensual	75%	100%	99%	100%	73%	100%
Trimestral	8%	0%	0%	0%	1%	0%
Semestral	17%	0%	1%	0%	24%	0%
Anual	0%	0%	0%	0%	1%	0%



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Los potenciales clientes poseen una frecuencia mensual expresada en un 100% en empresas y en un promedio del 82% de las personas naturales. Esto evidencia claramente que el planteamiento y el tiempo de servicio que se ofertará deberán realizarse en una programación mensual o en su defecto con un pequeño desfase de días, pero cumplir netamente con el estándar planteado de un mes.

Los resultados arrojados hace proveer o destacar la fluidez y apego a los principios y políticas de la nueva empresa para que de esta manera permita tener una estructura adecuada de los procesos que permitirán un correcto y responsable connotación hacia las necesidades de los clientes.

3.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción que tiene con el servicio que recibe actualmente?

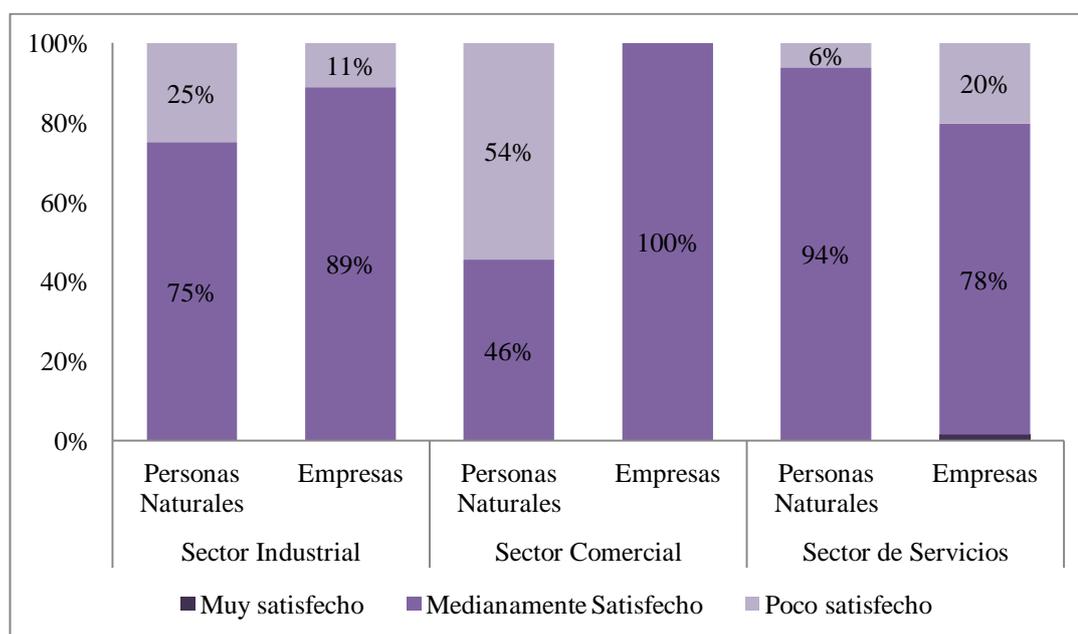
(1) Muy satisfecho
Satisfecho

(2) Medianamente satisfecho

(3)

Poco

	Sector Industrial		Sector Comercial		Sector de Servicios	
	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas
Muy satisfecho	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Medianamente Satisfecho	75%	89%	46%	100%	94%	78%
Poco satisfecho	25%	11%	54%	0%	6%	20%



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Se puede observar claramente una insatisfacción de los clientes con respecto al servicio en el sector comercial y en los otros sectores se denota una tendencia a encontrarse medianamente satisfecho, es decir aún existe un grado de insatisfacción. Por lo que sin duda alguna es indispensable el planteamiento de claro de estrategias que permitan lograr la plena satisfacción y cobertura de las necesidades de las personas que contraten el servicio de asesoría tributaria y contable.

Esto no quiere decir que la gente esté dispuesta en lo absoluto a la contratación de los servicios, esto puede significar una barrera dura ya que en pocas palabras se evidencia una desconfianza actual en el servicio. Ante este escenario existe la oportunidad de demostrar la capacidad de los profesionales que formarán parte de

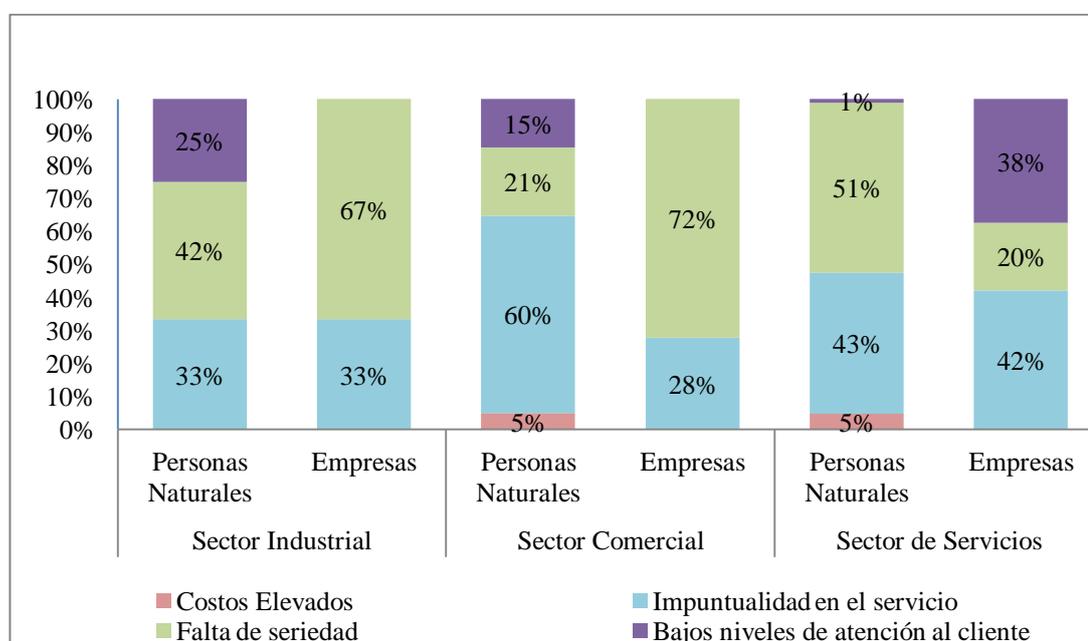
este proyecto y la implementación de ideas y estrategias que procuren el objetivo de lograr un crecimiento y mayor beneficio en el futuro

4.- ¿Qué dificultades encuentra en el servicio que actualmente tiene contratado?

- a.- Costos elevados
- b.- Impuntualidad en el servicio
- c.- Falta de seriedad
- d.- Bajos niveles de atención al cliente

Dificultades con el servicio contratado actualmente

	Sector Industrial		Sector Comercial		Sector de Servicios	
	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas
Costos Elevados	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	4,9%	0,0%
Impuntualidad en el servicio	33,3%	33,3%	59,6%	27,8%	42,7%	42,2%
Falta de seriedad	41,7%	66,7%	20,8%	72,2%	51,2%	20,3%
Bajos niveles de atención al cliente	25,0%	0,0%	14,6%	0,0%	1,2%	37,5%

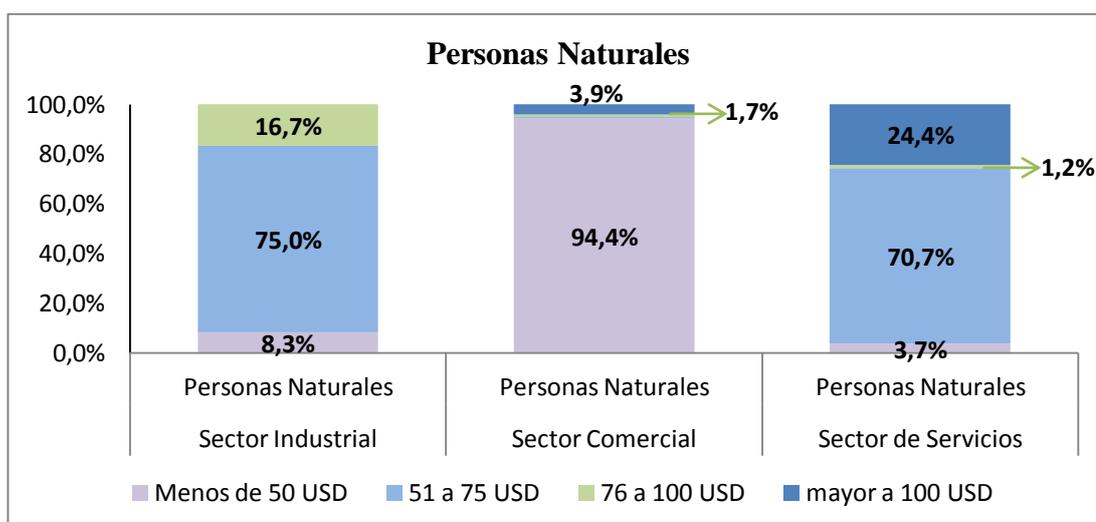
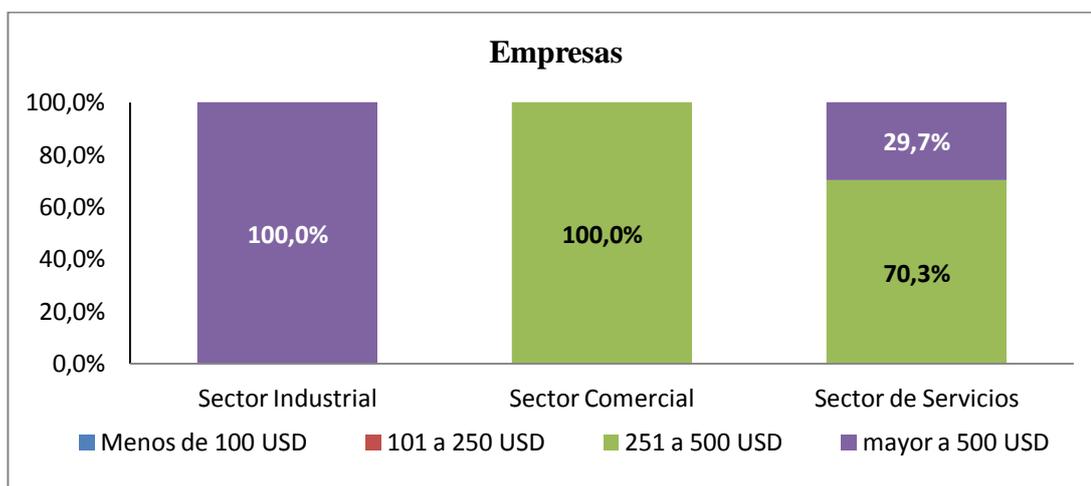


Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

El servicio actual presenta 4 falencias claramente identificadas y representadas en el gráfico, pero de conformidad con el análisis realizado se establece que los clientes ponen mayor atención en lo que respecta a la falta de seriedad en la entrega del servicio, lo que viene de la mano de la impuntualidad ubicado como el segundo inconveniente que prevalece en la prestación de este servicio, lo que obliga a que la nueva empresa posea políticas bien definidas en cuanto a la correcta utilización de los recursos, altos estándares de calidad en la entrega del servicio y sobre todo poner mucho énfasis en el cumplimiento oportuno de plazos de entrega del servicio.

5.- ¿De acuerdo a la frecuencia de su uso, cuál es el presupuesto que su empresa destina por la contratación de este servicio?



Fuente: Estudio de mercado

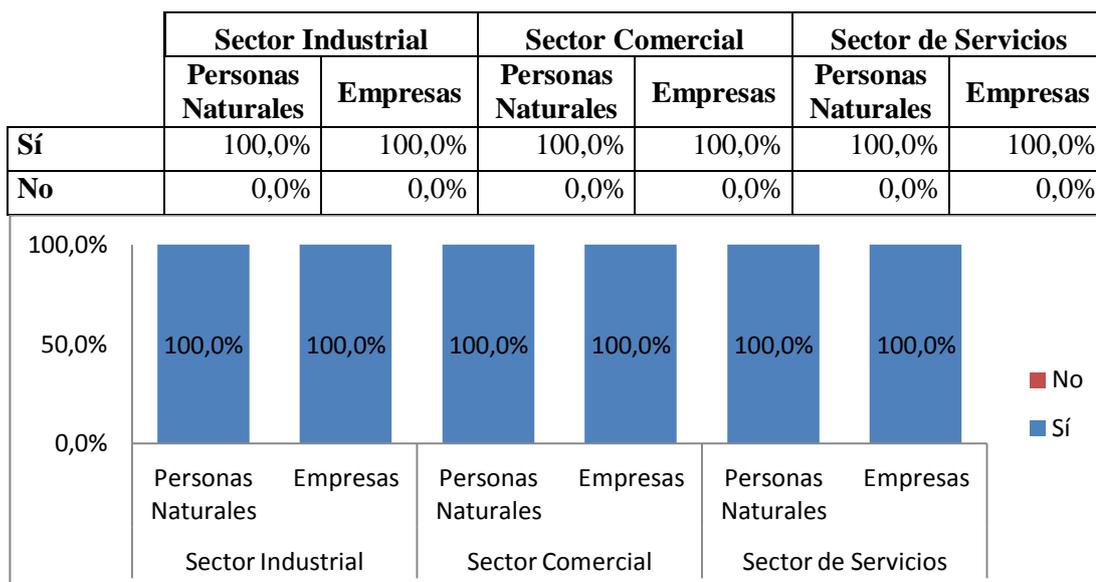
Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

En esta pregunta se separó los dos grupos de clientes que se analiza, con el objetivo de tener una idea más clara del presupuesto destinado para el servicio de asesoría. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que las empresas destinan un presupuesto mayor que las personas naturales, ya que oscila entre \$250 a más de \$500. Por otro lado en las personas naturales existe un presupuesto destinado en su mayoría de entre \$5 y \$75. Todos estos resultados nos dan una referencia para la estimación de los costos que debemos establecer a los servicios que se va a ofrecer, ya que de otra manera simplemente se pierde competencia ante los servicios sustitos y todos aquellos que se encuentran operando actualmente.

Lo importante es determinar bien los gastos a incurrir para la ejecución del servicio, adicionalmente se debe tener claro un margen de utilidad apto correspondiente y coherente con las necesidades de las empresas y de los profesionales de las mismas; por este motivo no hay que limitarse a una estrategia de precios bajos sino coherentes con la cobertura de estos parámetros.

6.- ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de asesoría tributaria y contable con una nueva empresa honesta, responsable y con elevados estándares profesionales?

Preferencia por el servicio



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

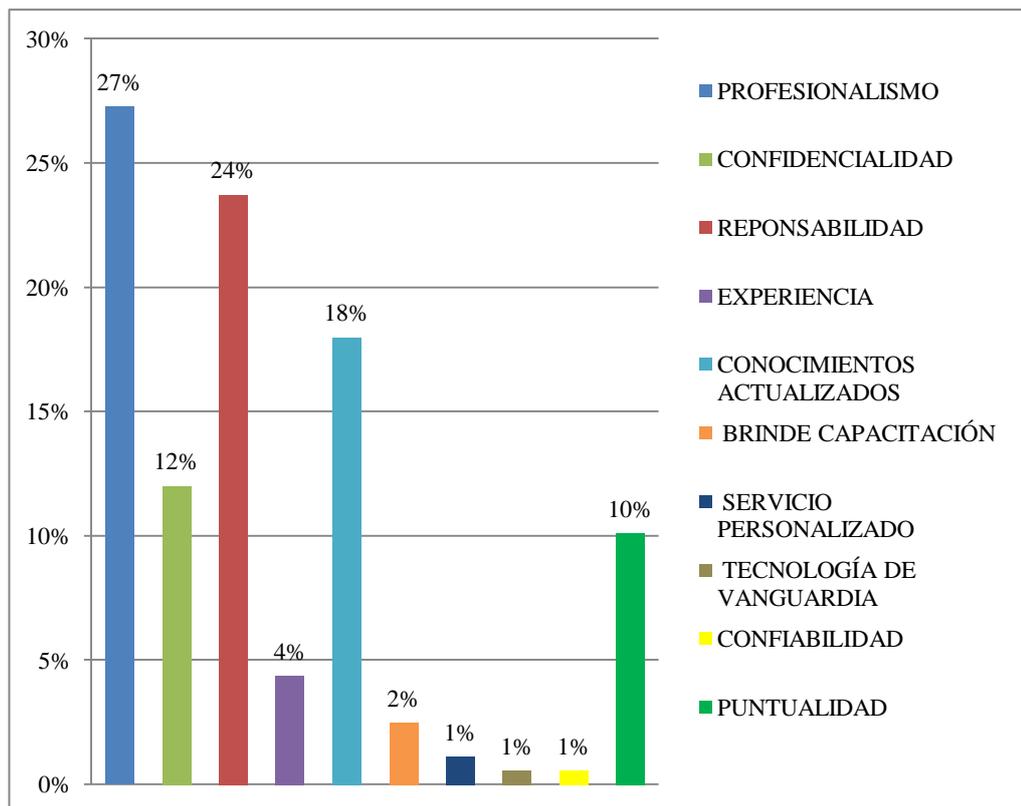
Si bien se observa que existe una clara aceptación en el mercado reflejada por el 100% en el SI al contratar el servicio, es también imperioso el tener en cuenta bajo qué condiciones fue dada esta respuesta, es decir, por la variedad de servicios que va a ofrecer la empresa es posible que todos no sean contratados con el mismo porcentaje de aceptabilidad, además que no es enteramente seguro que el total de las personas encuestadas sean clientes nuestros, pero sí es seguro que ante la oportunidad de existir un mercado insatisfecho es menos complicado para las aspiraciones de la empresa lograr una consolidación del servicio en un tiempo corto y sobre todo buscando la promoción a través de un cliente satisfecho gracias a un trabajo bien realizado.

7.- De acuerdo a sus necesidades y expectativas de estos servicios clasifique del 1 al 10 las siguientes características que debería reunir la nueva empresa. (Entendiendo como 1 el más importante)

Profesionalismo	Experiencia
Confidencialidad	Puntualidad
Conocimientos actualizados	Servicio personalizado
Brinde capacitación	Manejo de software contable
Responsabilidad	Confiabilidad

Necesidades y expectativas de la nueva empresa

PROFESIONALISMO	CONFIDENCIALIDAD	REONSABILIDAD	EXPERIENCIA	CONOC. ACT.
27%	12%	24%	4%	18%
BRINDE CAPACITACIÓN	SERVICIO PERSONALIZADO	TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA	CONFIABILIDAD	PUNTUALIDAD
2%	1%	1%	1%	10%



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Si bien es cierto que todas estas características deben ser parte fundamental en el servicio, con los resultados se observa un claro reflejo en lo que se debe tener mayor empeño para que los clientes tomen como referencia y sobre todo analicen claramente la diferencia que existe con los otros oferentes.

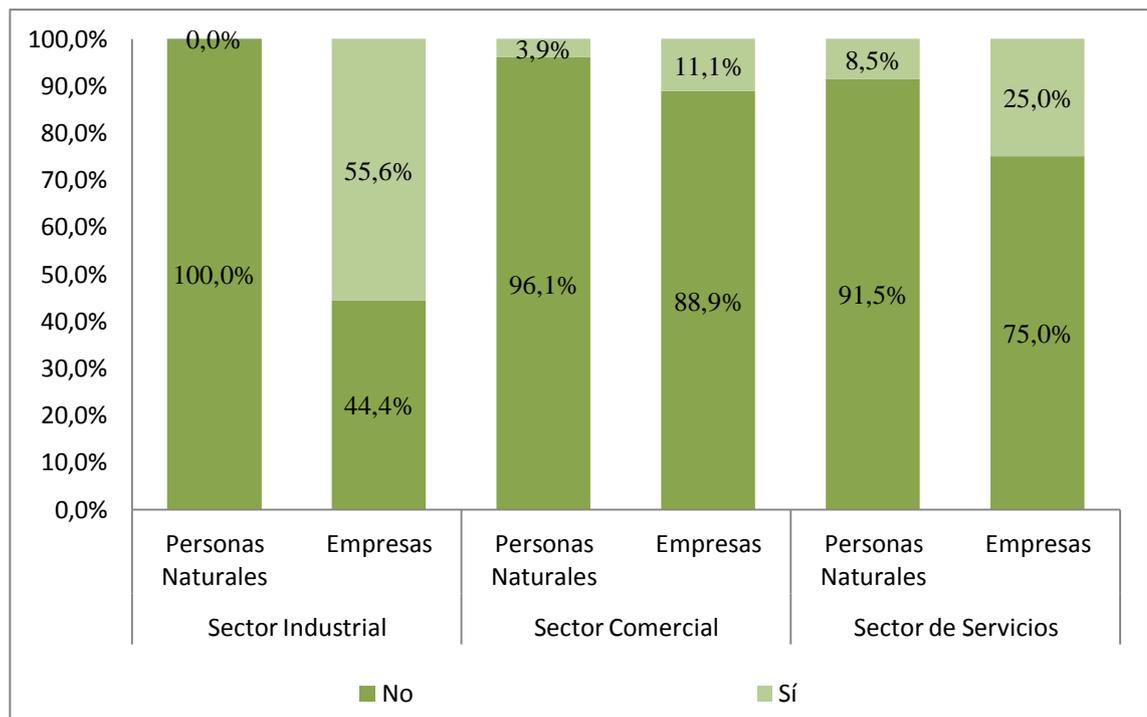
8.- ¿Conoce empresas que actualmente brinden los servicios de asesoría tributaria y contable en la ciudad de Ibarra?

Si

No

Conoce a otra empresa

	Sector Industrial		Sector Comercial		Sector de Servicios	
	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas	Personas Naturales	Empresas
No	100,0%	44,4%	96,1%	88,9%	91,5%	75,0%
Sí	0,0%	55,6%	3,9%	11,1%	8,5%	25,0%



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Como se puede observar esto es preocupante ya que el desconocimiento o el abandono por parte de las personas que prestan servicio de asesoría para a dar a conocer los servicios ofrecidos es evidente, lo que da la pauta para lograr que las empresas y personas conozcan claramente todos los servicios que la nueva empresa ofrecerá, para que de esta forma no exista el rechazo y se reduzca la incertidumbre y desconfianza existente. Esto nos demuestra que se debe poner en práctica estrategias de publicidad que permitan una adecuada difusión y sobre todo la aceptación del servicio por parte de los demandantes.

9.- ¿Cuál de los siguientes servicios complementarios tendría interés en contratar con una nueva empresa?

Contabilidad Comercial

Contabilidad Industrial o de costos

Contabilidad de servicios

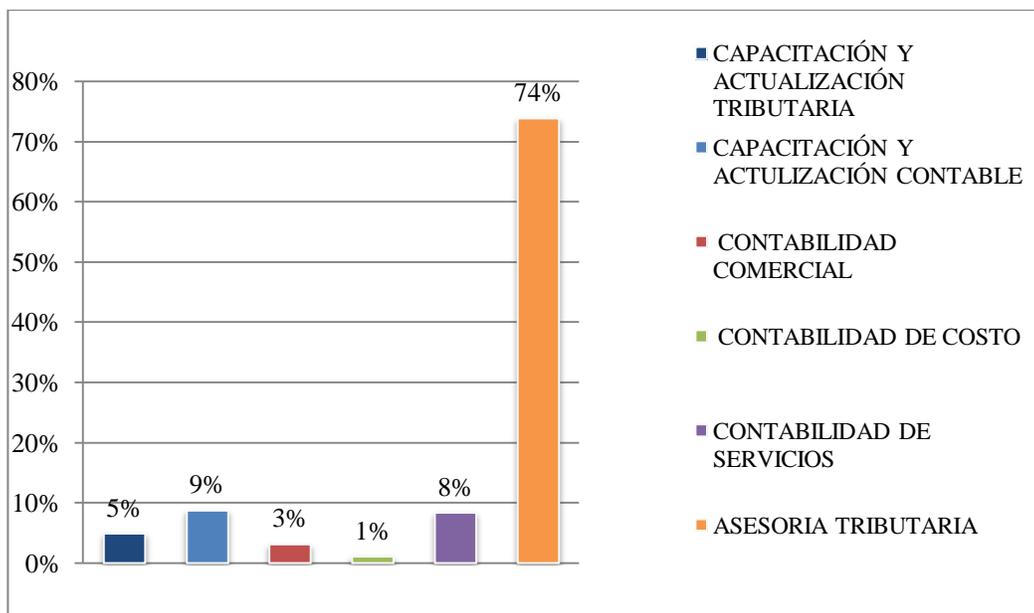
Asesoría Tributaria

Capacitación y actualización contable

Capacitación y actualización tributaria

Servicios

CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN TRIBUTARIA	CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN CONTABLE	CONTABILIDAD COMERCIAL	CONTABILIDAD DE COSTOS	CONTABILIDAD DE SERVICIOS	ASESORIA TRIBUTARIA
5%	9%	3%	1%	8%	74%



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Es claro que las personas y empresas poseen un alto grado de preferencia por los servicios financieros y de corto tiempo, pero esto no puede hacer que se deje de lado los otros servicios ya que son los que poseen mayor ingresos para la empresa, es por ese motivo que lo importante y lo principal es lograr la acreditación de los primeros servicios buscando que el cliente intente tener una mejoría sobre su situación actual con lo que podría incorporar a sus requerimientos de servicios los demás ofertados, logrando que las empresas alcancen un desarrollo integral que será el que a la larga retribuya con mayores beneficios.

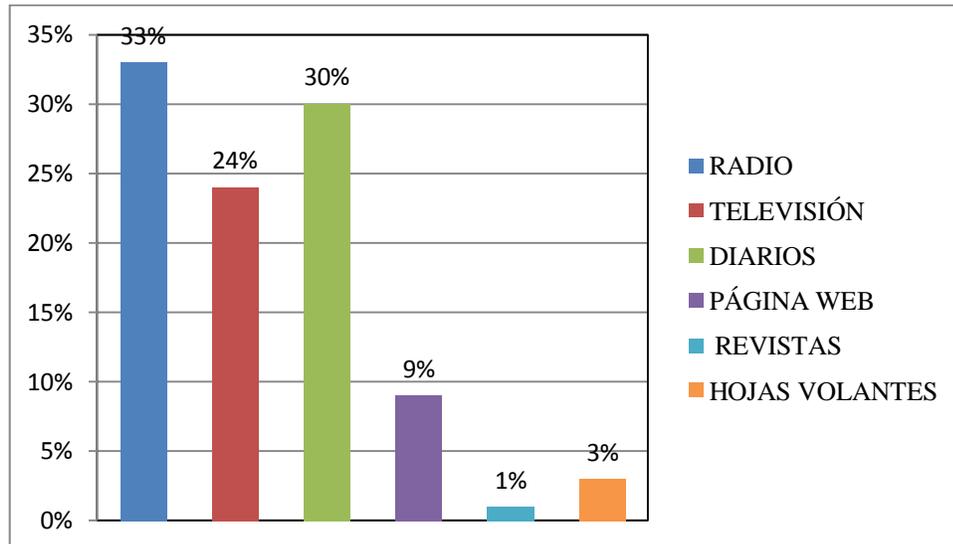
10.- ¿A través de cuál de los siguientes medios de comunicación le gustaría recibir publicidad sobre los servicios a ofrecer por la nueva empresa?

Radio
Televisión
Diarios

Internet
Revistas
Otro

Medios de comunicación para recibir publicidad

RADIO	TELEVISIÓN	DIARIOS	INTERNET	REVISTAS	HOJAS VOLANTES
33%	24%	30%	9%	1%	3%



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Como se ve los medios por los que podría llegar a tener mayor penetración el servicio es en publicaciones ubicadas en radios y diarios locales, así como también a través de la televisión local, por otro lado las herramientas informáticas como el internet no son muy manejados o populares por lo que obliga a tener una campaña netamente atractiva y llamativa para no ser monótonos y aburridos, también estas dos herramientas de promoción pueden hacer que el servicio sea totalmente claro y sobre todo conciso sin que se pierda las debidas características para volver atractivo y penetrante para con los consumidores.

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“La demanda se refiere básicamente a la cantidad y calidad de bienes y servicios que las personas están dispuestas a (y en capacidad de) adquirirlos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores en un momento determinado y suponiendo que otras condiciones del mercado permanezcan iguales.”¹⁹

1.4.1 CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda del servicio de asesoría tributaria y contable, de acuerdo a los consumidores o usuarios se clasifica en:

a) De acuerdo a su probabilidad:

- *Demanda efectiva o real*, debido a que es una demanda totalmente cierta, cuantificable, en términos geográficos o de actividad económica por ejemplo: segmentos de mercado por parroquias, segmentos de mercado por actividad como: empresas industriales, comerciales y de servicios, etc.
- *Demanda potencial*, porque se puede calcular la demanda futura o probable que al satisfacer determinadas condiciones de los servicios se podrán volver reales.

b) De acuerdo a los consumidores

- *Demanda básica*, porque los usuarios de éstos servicios son consumidores finales, es decir lo usan solo para su empresa o actividad comercial.

c) De acuerdo con su oportunidad

- *La demanda es insatisfecha*, ya que de acuerdo al análisis realizado se puede determinar que los servicios ofertados actualmente con respecto a la asesoría tributaria y contable, no cubren las necesidades y requerimientos del mercado.

¹⁹ Viscencio B. Héctor, “Economía para la toma de decisiones”, Thomson, México, 2002, p 15

d) En relación a su temporalidad

- *Demanda continua*, porque los servicios de asesoría de tributaria y contable son utilizados o demandados durante todo el año y va aumentando mientras crezca la población económicamente activa, inmersa en actividades económicas y por ende en obligaciones fiscales.

1.4.2 FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

Los precios de otros bienes incluyendo sustitutos y complementarios, este es un factor importante en el momento del análisis, ya que los precios con los que se identifiquen otros servicios en el mercado puede ser un elemento muy relevante al momento en el que se escoja quien realice el servicios dejando de lado la calidad en la elaboración del mismo.

El ingreso monetario agregado de las consumidores y la población de consumidores, son factores que van de la mano ya que el aumento del ingreso de las personas ayuda a que se genere nuevas empresas o nuevos negocios lo que ocasiona un incremento de los consumidores y por ende en la demanda, una disminución de los montos de ingreso puede sacar del mercado a muchas empresas que son las demandantes del servicio.

Preferencias de los consumidores: Los servicios que ofrecerá la nueva empresa se intentan plantear o establecer como una tendencia dentro de los demandantes, ya que al implementar o incorporar los servicios de la nueva empresa se busca una mejoría en el desempeño de las empresas o negocios de los futuros clientes, lo que permitirá buscar el liderazgo en el mercado y el posicionamiento de una empresa fuerte.

1.4.3 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

El siguiente cuadro muestra el comportamiento histórico del número de empresas y negocios en la ciudad de Ibarra, según fuente del Ilustre Municipio de Ibarra.

CUADRO 1.5
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE EMPRESAS Y
PERSONAS NATURALES EN IBARRA

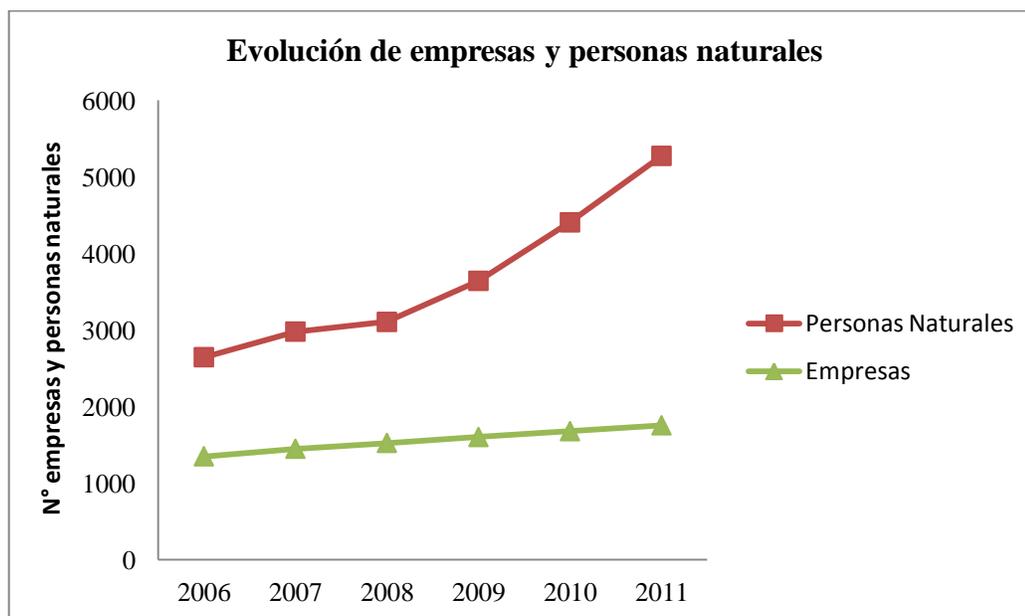
AÑO	Personas Naturales	% Crecimiento	Empresas	% Crecimiento
2.006	2.646	-	1.352	-
2.007	2.980	11,21%	1.451	6,82%
2.008	3.107	4,09%	1.527	4,98%
2.009	3.643	14,71%	1.604	4,80%
2.010	4.407	17,34%	1.680	4,52%
2.011	5.275	16,45%	1.757	4,38%

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

De acuerdo a los datos históricos representados en la tabla anterior, se observa el comportamiento que tuvo la demanda en el período comprendido entre los años 2.006 al 2.011.

GRÁFICO 1.2 EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

1.4.4 DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO

La demanda actual para el servicio ofertado está dado por aquellas personas naturales y empresas inscritas en la base de datos del Ilustre Municipio de Ibarra por el pago de la patente municipal, relacionado estrechamente con el registro del RUC en el SRI; encontrándose registradas a éste en el año 2011, el número de 5.275 personas naturales y 1757 empresas, todas estas empresas y personas naturales poseen las características adecuadas para ser consideradas dentro del grupo de posibles demandantes.

1.4.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Los resultados obtenidos determinan que el índice de movilidad de la demanda tienen un comportamiento ascendente, por lo tanto cada año se incrementa sustancialmente la estimación que conformaría la población a ser atendida por la empresa.

Para la estimación de la demanda, se procederá a trabajar con los siguientes métodos:

Método de regresión lineal o de mínimos cuadrados: Se basa en calcular la ecuación de una curva para una serie de puntos dispersos sobre una gráfica, curva donde se considera el mejor ajuste entendiéndose por tal, cuando la suma algebraica de las desviaciones de los valores respecto a la media es cero y cuando la suma del cuadrado de las desviaciones de los puntos individuales respecto a la media es mínima.²⁰

La proyección de la demanda se la realizó en base a métodos estadísticos cualitativos, en base al análisis de series históricas. La metodología utilizada en la proyección de la demanda se fundamentará en la regresión donde se debe buscar que el coeficiente de correlación sea más cercano a uno.

Para la proyección se ha optado por trabajar con el programa SPSS 18.0, esta herramienta informática permitirá calcular de la manera automática y más exacta los valores de la demanda para los próximos 5 años.

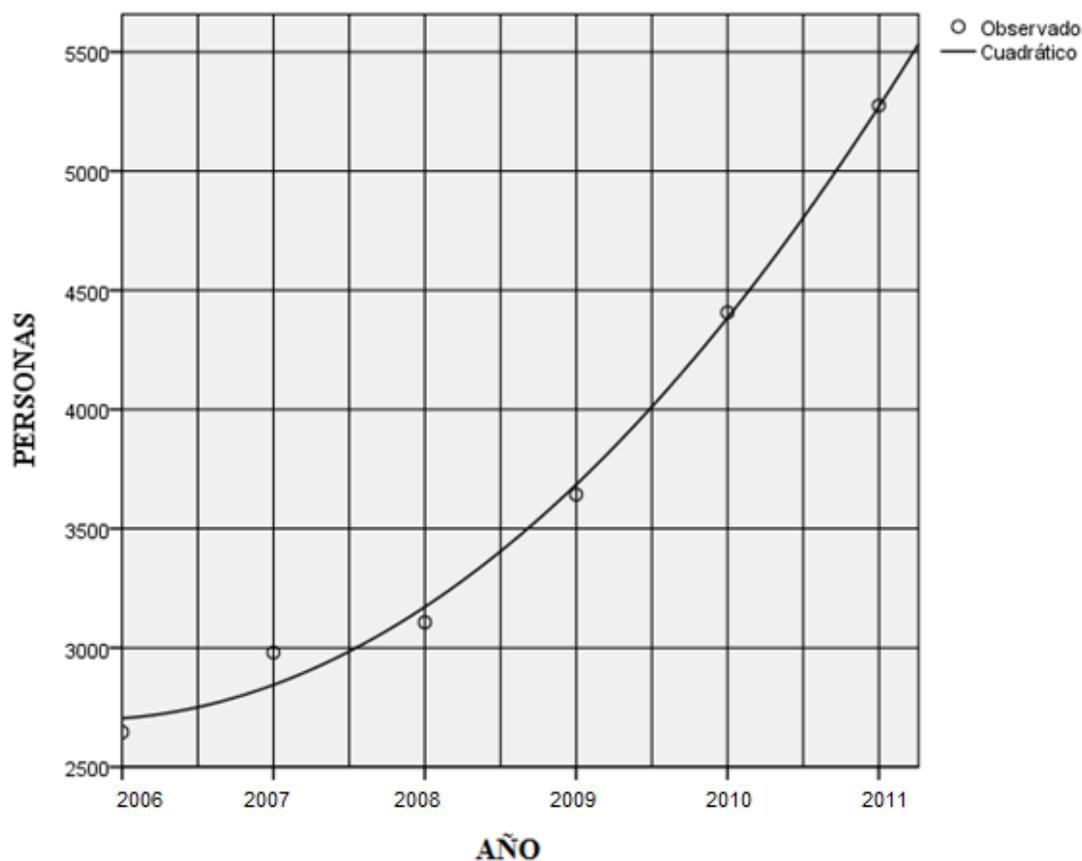
Proyección de personas naturales

El siguiente gráfico muestra la línea de tendencia del crecimiento de las personas naturales en la ciudad de Ibarra para los próximos 5 años, de acuerdo a los cálculos realizados por el programa SPSS 18.0 se determina que la ecuación cuadrática propende datos más exactos con los que se trabajará para futuros cálculos.

²⁰Irwin MILLER y John E. FREUND, “Probabilidad y Estadística para Ingenieros”, Editorial Reverté S.A., Barcelona, p 210

GRÁFICO 1.6

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PERSONAS NATURALES



Resumen del modelo y estimaciones de los parámetros

Variable dependiente: PERSONAS

Ecuación	Resumen del modelo					Estimaciones de los parámetros		
	R cuadrado	F	gl1	gl2	Sig.	Constante	b1	b2
Cuadrático	0,994	262,954	2	3	,000	2749,800	-139,050	93,179

Fuente: Programa SPSS 18.0

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Como se puede observar el coeficiente de correlación (r^2) es muy aproximado a 1, lo que indica que la proyección está muy pegada a la realidad, el programa SPSS 18.0 indica que la función cuadrática es la más óptima por el comportamiento histórico obtenido el crecimiento de personas naturales en la presente investigación. En el

siguiente cuadro se muestra de manera resumida los resultados arrojados por el cálculo realizado.

CUADRO 1.6
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PERSONAS NATURALES

AÑO	Nº PERSONAS NATURALES	% CRECIMIENTO
2012	6342	20,23%
2013	7601	19,85%
2014	9046	19,01%
2015	10677	18,03%
2016	12495	17,03%

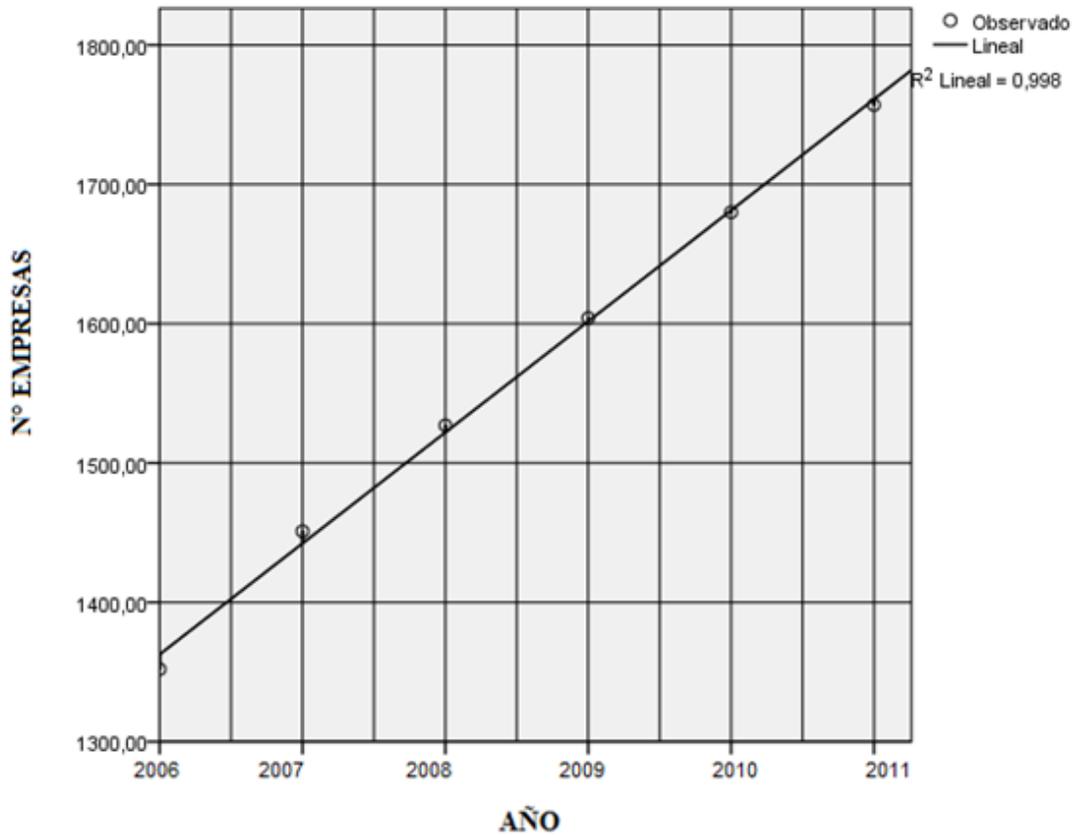
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Proyección de empresas

De acuerdo a la clasificación inicial de la investigación se procede a calcular el otro elemento de la demanda, referente al crecimiento de empresas en Ibarra para los próximos 5 años. De acuerdo a los datos históricos obtenidos el programa SPSS 18.0 indica que la ecuación lineal es la más apropiada para la proyección, tal como se muestra en el siguiente gráfico.

GRÁFICO 1.7
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE EMPRESAS



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Resumen del modelo y estimaciones de los parámetros

Variable dependiente: EMPRESAS

Ecuación	Resumen del modelo					Estimaciones de los parámetros	
	R cuadrado	F	gl1	gl2	Sig.	Constante	b1
Lineal	0,998	1874,644	1	4	,000	1282,933	79,686

El coeficiente de correlación (r^2) obtenido es casi exacto a 1, lo que indica la idoneidad de la ecuación calculada por el programa SPSS 18.0, donde se observa que la función lineal optimiza casi exactamente una proyección real. En el siguiente cuadro se muestra de manera resumida los resultados arrojados por el cálculo realizado.

**CUADRO 1.7
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EMPRESAS**

AÑO	N° EMPRESAS	% CRECIMIENTO
2012	1.841	4,77%
2013	1.920	4,33%
2014	2.000	4,15%
2015	2.080	3,98%
2016	2.159	3,83%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Una vez obtenidos los valores de las proyecciones tanto para personas naturales como para las empresas, en el siguiente cuadro se exponen los datos a manera de resumen con los cuales se trabajará de aquí en adelante.

**CUADRO N° 1.8
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑO	N° PERSONAS NATURALES	N° EMPRESAS	TOTAL
2012	6.342	1.841	8.183
2013	7.601	1.920	9.521
2014	9.046	2.000	11.046
2015	10.677	2.080	12.757
2016	12.495	2.159	14.654

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta, a precios

alternativos durante un período de tiempo dado, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes.”²¹

1.5.1 CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA

La oferta de servicios de asesoría contable – tributaria se refiere a la cantidad de empresas o profesionales independientes que prestan este tipo de servicios.

Para el presente análisis a la oferta se la divide en dos grupos:

- Empresas constituidas legalmente
- Profesionales contables independientes

Es importante considerar la competencia indirecta, la cual está conformada por todos los profesionales que prestan sus servicios en forma independiente, sean estos Contadores Públicos Autorizados (C.P.A.) y Contadores Bachilleres Autorizados (C.B.A.) que pueden avalizar con su firma los Estado Financieros y las declaraciones de impuestos respectivamente.

Según los datos proporcionados por el Colegio de Contadores de Imbabura, se encuentran actualmente afiliados a este gremio 1.198 contadores, de los cuales 1.022 son CPAs y 176 CBAs.

Competencia directa

A pesar de constituir un grupo representativo, no tienen participación importante de mercado individualmente, sus servicios no son conocidos por los demandantes y la única manera de llegar a ellos es a través de recomendaciones por parte de sus clientes, familiares o amigos.

Los servicios ofertados se limitan a la realización de trabajos específicos y no especializados, es decir sin un seguimiento técnico y personalizado postventa, solo se encargan de desarrollar el trabajo por el que fueron contratados.

²¹ SPENCER H. Milton, “Economía contemporánea”, Editorial Reverte S.A., España, 1993, p 35

En éste grupo se puede considerar a los funcionarios del SRI, quienes están habilitados para dar capacitación y ayudar a los contribuyentes con sus declaraciones de impuestos. Sin embargo esta capacitación y ayuda es superficial y no personalizada.

1.5.3 OFERTA ACTUAL

La investigación de la oferta se la realizó a través de entrevistas telefónicas de una lista de empresas y profesionales que realizan actividades de asesoría tributaria y contable. La información que se presenta en la siguiente tabla, corresponde a todas las organizaciones legalmente constituidas y personas autorizadas que se dedican a prestar servicios de asesoría tributaria y contable en la ciudad de Ibarra.

**CUADRO 1.9
EMPRESAS Y PROFESIONALES QUE DAN ASESORÍA TRIBUTARIA Y
CONTABLE EN IBARRA**

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO
BARRERA RECALDE JEFFERSON RAMIRO	BOLIVAR 06-079 OFIC.108	2609030
CUPUERAN QUESPAZ BLANCA NIEVES	ELIAS ALMEIDA 07-016	952422 / 952422
QUELAL LOPEZ GUADALUPE MARGARITA	CHICA NARVAEZ 07-023	2640738 / 2640736
MORENO GUAMAN DIEGO RAMIRO	FLORES 14-106	2609883
HERRERIA GALINDO MARIA NOEMI	B GARCIA 03-046	2608696
TERAN ESCOBAR FAUSTO ANIBAL	BOLIVAR 11-021	2611751 / 2933323
VIRACOCCHA GUACOLLANTES DORA (CONTA AGIL)	OBISPO MOSQUERA 05-048	2606866 / 2612447
CONSTANTE LEON ANGEL ELOY	SANCHEZ Y CIFUENTES 04-69	2609110 / 26091110
CONSULSOFT SOCIEDAD CIVIL DE COMERCIO	ROCAFUERTE 4-57 y GARCIA MORENO	2955937
CHACON & DE LA PORTILLA CIA. LTDA.	OVIEDO 7-79 y OLMEDO EDIFICIO: ROSALIA PISO: 3 OFICINA: 301	2643328
GALASOFT S.A. GALA SOFTWARE	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-70 y VELASCO EDIFICIO: LA PREVISORA PISO: 6 OFICINA: 601	062640431/ 062642192/ 085604426

IMBACOMER COMERCIO Y REPRESENTACIONES CIA. LTDA.	OVIEDO 770 y OLMEDO	2958749
L & W HERRERA Y ASOCIADOS TELCONEMPRES S.A.	CIUADAELA: ALMEIDA GALARRAGA CALLE: BARTOLOME DE LAS CASAS 1-18 y CARLOS MERLO	2956272

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

De las empresas identificadas que tienen sus operaciones, cabe recalcar que solo una de ellas está considerada como competidora directa ya que se dedica a prestar el mismo servicio que la del proyecto y corresponde a CONTA AGIL.

En la entrevista telefónica se pudo determinar que las empresas marcadas de color gris, son aquellas que prestan similares servicios que la del presente proyecto (asesoría contable y tributaria).

La entrevista logró establecer la capacidad instalada que tienen cada una de estas empresas para atender en servicios de asesoría tributaria y contable, los resultados se encuentran en el cuadro 1.10

**CUADRO 1.10
CAPACIDAD ANUAL DE LAS EMPRESAS Y
PROFESIONALES**

NOMBRE	CAPACIDAD ANUAL
BARRERA RECALDE JEFFERSON RAMIRO	360
CUPUERAN QUESPAZ BLANCA NIEVES	180
QUELAL LOPEZ GUADALUPE MARGARITA	288
MORENO GUAMAN DIEGO RAMIRO	62
HERRERIA GALINDO MARIA NOEMI	420
TERAN ESCOBAR FAUSTO ANIBAL	456
VIRACOCCHA GUACOLLANTES DORA (CONTA AGIL)	660
CONSTANTE LEON ANGEL ELOY	396
CONSULSOFT SOCIEDAD CIVIL DE COMERCIO	492

CHACON & DE LA PORTILLA CIA. LTDA.	540
GALASOFT S.A. GALA SOFTWARE	360
IMBACOMER COMERCIO Y REPRESENTACIONES CIA. LTDA.	552
L & W HERRERA Y ASOCIADOS TELCONEMPRES S.A.	420
TOTAL	5.186

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Tal como se puede apreciar en el cuadro 1.12, la oferta actual en servicios de asesoría es de 5.186 entes económicos, demostrando así que la demanda es todavía mayor que la oferta, quedando un margen diferencial de demanda insatisfecha que puede ser captado por la presente empresa.

1.5.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para el presente estudio se ha tomado en consideración que la oferta crecerá en un 2.3% anual, crecimiento de la población del cantón Ibarra según el último censo realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Se toma este valor ya que no existen datos históricos sobre esta actividad que nos permitan hacer una proyección en base a series históricas.

CUADRO N° 1.11

PROYECCIÓN DE LA OFERTA PARA LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS

AÑO	OFERTA	% Crecimiento	TOTAL
2012	5.186*	2,3%	5.305
2013	5.305	2,3%	5.427
2014	5.427	2,3%	5.552
2015	5.552	2,3%	5.680
2016	5.680	2,3%	5.810

*valor de la oferta actual (año 2011)

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

1.6 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

El siguiente cuadro muestra la relación entre la demanda menos la oferta, dando como resultado la demanda insatisfecha.

CUADRO 1.12
DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2012	8.183	5.305	2.878
2013	9.521	5.427	4.094
2014	11.046	5.552	5.494
2015	12.757	5.680	7.077
2016	14.654	5.810	8.844

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Las cantidades positivas, significan que ninguna de las empresas y personas naturales han sido atendidas por la competencia. Esto demuestra que la demanda insatisfecha puede ser captada por el proyecto, con adecuadas estrategias de mercadotecnia.

La proyección de la oferta que se realizó para este caso es conservadora; es decir, se espera que se incremente el número de ofertantes aunque no exista la total certeza de que ocurra, a pesar de ello se toma una tasa de crecimiento y se demuestra que la demanda insatisfecha va en aumento lo que es conveniente para la empresa.

En el capítulo segundo, se detallará el tamaño del proyecto en base a este parámetro y otros más que son determinantes para fijar una capacidad adecuada en función de la demanda.

1.7 ANÁLISIS DEL PRECIO EN EL MERCADO

1.7.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS

Existen factores internos y externos que influyen para determinar el precio del servicio, entre los principales tenemos:

- Naturaleza del mercado y la demanda
- La competencia
- Condiciones económicas del país
- Los costos internos

A continuación presentaremos un gráfico que nos ayudará a visualizar las principales consideraciones para la determinación del precio.

GRÁFICO 1.8
CONSIDERACIONES EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO



Fuente: Sapag Chain “Preparación de proyectos”

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

1.7.2 DETERMINACIÓN DE PRECIO ACTUAL

Es necesario establecer una base diferenciada que puede variar según lo requerimientos del mismo cliente en cuanto al servicio a recibir pero se presenta una referencia de precios piso según el tipo de servicio a ofrecer.

**CUADRO 1.13
PRECIOS PISO**

SERVICIO	PRECIO PISO
Contabilidad de costos	\$ 500,00
Contabilidad de servicios	\$ 200,00
Contabilidad de comercial	\$ 300,00
Asesoría tributaria	\$ 100,00

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

1.7.3 ESTRATEGIA COMPETITIVA GENÉRICA

La estrategia competitiva consiste en establecer los movimientos y enfoques que ha de poner en marcha la nueva empresa para aprovechar las ventajas que le ofrece el mercado y aprovechar las oportunidades, fortalezas y minimizar los impactos de las cinco fuerzas competitivas.

El enfoque de esta estrategia se basará en:

- a) Liderazgo en costos.- Luchando por ser la empresa líder en costos.
- b) Diferenciación.- Buscando diferenciaciones significativas en los servicios en relación a la de los rivales.
- c) Enfoque de Nicho.- Con atención específica según las exigencias del mercado a determinados usuarios.

1.- Liderazgo en Costos

El objetivo de esta estrategia será tener costos más bajos en el mercado, como base para ganar a sus competidores rebajando los precios de los servicios.

La ventaja de costos generará una rentabilidad superior en precios y ventas que los rivales, además crea una barrera de entrada para nuevos competidores.

Para cumplir este objetivo, implicará un análisis de todas las actividades productoras de costos y la identificación del factor que propicia el costo de la actividad:

- En cuanto a los competidores rivales, estarán en menor posición de competir de manera ofensiva con base de sus precios y obtener mejor participación en el mercado.
- En cuanto a clientes, la empresa tendrá una protección parcial en el margen de beneficios de los segmentos de clientes más potenciales.
- En cuanto a proveedores, contar con relaciones con los proveedores en alianzas estratégicas, con objetivos de bajar los costos de los materiales o servicios que le proveerán a la entidad.
- En cuanto a los servicios sustitutos, colocarse en mejor posición que los rivales con costos más bajos que los servicios contables y tributarios y servicios sustitutos.

2. Estrategias de Diferenciación.

El objetivo principal de ésta estrategia será incorporar varias características de diferenciación como; calidad, tecnología, cultura de servicio, creatividad, innovación en la oferta de los servicios, para que la preferencia de los clientes se inclinen por la empresa, sobre la de los rivales.

La diferenciación proporcionará un amortiguador contra las estrategias de los rivales, porque los segmentos de mercado se harán leales a la marca **CONTABILYTI asesores integrales** y estarán predispuestos a negociar sus servicios.

Las políticas de la diferenciación deberán tener cuidado que sus costos y precios unitarios de los servicios que se oferte, no se salgan de la línea en comparación con sus competidores.

Por la variedad de los clientes potenciales la diferenciación de los servicios, será una norma que los usuarios exijan para lograr superioridad de los mismos a corto y largo plazo.

3. Estrategias de Enfoque

El objetivo principal de esta estrategia será la selección de los nichos de mercado para identificar las necesidades o preferencias específicas en consultoría contable y tributaria.

El nicho de mercado se definirá por: exclusividad geográfica, por actividad económica, requerimientos especializados, o por atributos especiales de los servicios que requieran. Habrá nichos de mercado que necesiten solo servicios tributarios, otros servicios y paquetes contables u otros paquetes de capacitación tributaria/contable o algún servicio específico.

1.7.4 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

La estrategia de crecimiento para la nueva empresa es la de desarrollo del servicio, es decir, proporcionar un servicio mejorado y adecuado al mercado que se dirige la empresa, su base consiste en el continuo desarrollo de los servicios y capacitación del recurso humano. Las ventajas que busca la empresa son las siguientes:

- Lograr un crecimiento sostenido en los segmentos de mercado con principios de calidad, tecnología y atención personalizada a los clientes.
- Fortalecer la imagen de la nueva empresa entre los diferentes mercados con una buena red de comercialización, y distribución, que sea eficiente a las expectativas de la empresa a los usuarios.
- Proteger y mejorar la posición de la nueva empresa como el líder del mercado en la ciudad de Ibarra.

- Invertir para acelerar el crecimiento de la nueva empresa; dirigir y enfocar los gastos de inversión hacia oportunidades estratégicas para desarrollar la participación y para vender más servicios y/o productos.
- Desarrollar la posición de crecimiento con menores costos posibles, en todos los niveles organizacionales de la empresa, midiendo la eficiencia operativa y las estructuras de los costos de cada una de ellas para tener precios que viabilicen este crecimiento.

1.8 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN (MARKETING MIX)

1.8.1 ESTRATEGIA DE SERVICIO

Las estrategias de servicio estarán enfocadas al segmento de mercado escogido y a la mezcla estratégica descrita en la estrategia de diferenciación.

Servicio personalizado

Por la naturaleza del servicio, se deberá asesorar a las empresas que ingresarán a la compañía de manera personalizada; es decir, cada uno de los profesionales deberá tener a su cargo como máximo 10 empresas para que el proceso del servicio sea lo más eficiente posible.

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	
Planes de acción que la soportan:	Establecimiento de un óptimo servicio de asesoría, integral y eficiente. Independiente del tamaño del cliente.
Indicadores clave:	Tiempo de relaciones comerciales con el cliente.
Resultados estratégicos esperados	Fidelización del cliente, tiempo de relaciones comerciales de mínimo 2 años.
Responsabilidades	Responsable de cada área

Horario de atención

El horario de atención de la consultora será horario de oficina, es decir de 9h00 a 18h00. Sin que esto sea un limitante para la atención al público fuera de estos horarios en caso de ser necesario.

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	
Planes de acción que la soportan:	Control de ingreso y salida del personal
Indicadores clave:	Horas trabajadas
Resultados estratégicos esperados	100% de horas trabajadas
Responsabilidades	Gerente

Organizarse para prestar un servicio extraordinario

La manera de organizarse para implantar una estrategia de servicio es una de las formas, bajo la cual se rompe con los esquemas tradicionales de estructuras funcionales y se interrelaciona a personas especializadas con el resto de la organización en el área de prestación de servicios para transformarlo en un sistema más eficiente.

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	
Planes de acción que la soportan:	Creación de un departamento de apoyo a la calidad del servicio. Creación de un equipo De monitoreo postventa
Indicadores clave:	Índice de satisfacción del cliente primario y secundario
Resultados estratégicos esperados	80% de satisfacción del cliente
Responsabilidades	Relacionador público

Los servicios tienen que diferir de los de la oferta competitiva, en diseño y aplicación utilitaria para el cliente. Se ajustará a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)²² para su normatividad y aplicación. Además de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) y las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC). Todo esto de la mano de la legislación tributaria vigente.

1.8.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO

La estrategia está en brindar el servicio con precios totalmente bajos en comparación a los expuestos por la competencia. Basados en mantener políticas eficientes de costos buscando una consolidación en utilidades no elevadas pero sí sustentables en los que con el futuro posicionamiento de la empresa irán incrementando.

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	
Planes de acción que la soportan:	Establecimiento de políticas de liderazgo en costo, y reducción importante en los gastos administrativos basados en el estudio de mercado.
Indicadores clave:	Cobertura de gastos
Resultados estratégicos esperados	100% e gastos cubiertos
Responsabilidades	Gerente

18.3 ESTRATEGIAS DE PLAZA

Las estrategias de plaza estarán enfocadas al segmento de mercado escogido y al mix estratégico aplicado para cada segmento.

²² Las NIIF obligatoriamente entrarán en vigencia desde el año 2012 para todo el Ecuador, de acuerdo a los parámetros establecidos por la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Localización adecuada

La localización del proyecto deberá ser en el centro de Ibarra, con el objetivo de estar cerca del segmento de mercado escogido.

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	
Planes de acción que la soportan:	Estudio de macro y microlocalización.
Indicadores clave:	Costos de movilización
Resultados estratégicos esperados	Máximo el 5% de costo de distribución sobre ingresos
Responsabilidades	Diseñador del proyecto

Distribución interna de las instalaciones

La distribución interna de las instalaciones debe ser óptima para que el flujo de trabajo y de personas no obstaculice la prestación del servicio.

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	
Planes de acción que la soportan:	Estudio de distribución mediante flujo de operaciones
Indicadores clave:	Utilización óptima de instalaciones, sin evidencia de espacios subutilizados
Responsabilidades	Diseñador del proyecto

1.8.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Publicidad basada en resultados

Una de las formas más efectivas de publicitar el servicio es aquella basada en resultados, es decir, si el servicio satisface plenamente las necesidades de los consumidores, será recomendado a otras personas.

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	
Planes de acción que la soportan:	Evaluación constante del servicio, a través de encuestas a los clientes.
Indicadores clave:	Incremento de clientes
Resultados estratégicos esperados	Llegar a largo plazo al 90% de capacidad instalada
Responsabilidades	Relacionador público

CAPÍTULO II:

ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto, es netamente financiero. Es decir, calcula costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos de la ingeniería del proyecto. Para ello en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que hará que la producción de un bien o un servicio se logre eficaz y eficientemente.²³

Objetivos del estudio técnico:

En el presente proyecto el estudio técnico estará sujeto al cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Establecer la localización óptima
- Determinar la capacidad instalada
- Realizar una ingeniería del proyecto
- Establecer los requerimientos adecuados de los recursos tanto financieros, y de talento humano.
- Organizar el recurso humano

2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Tamaño: El tamaño de un proyecto está determinado por su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

²³ CHAIN S. Nassir, “PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación”, Pearson Education, México, 2007, p 95

Para establecer el tamaño del proyecto se necesita contar con información relacionada con los tiempos predeterminados o tiempos de proceso, ya que de conocer estos elementos el diseño se convierte en un asunto de arte e ingenio.

La optimización del tamaño del proyecto y de las condiciones de trabajo se basa en el mejoramiento de todas las operaciones, minimizando los costos y optimizando los tiempos.

En el gráfico N° 2.1 se refleja una guía para plasmar el tamaño del proyecto:

GRÁFICO 2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO



Fuente: Córdoba P. Marcial, "Formulación y evaluación de proyectos", ECOE Ediciones, Bogotá, 2006
Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

2.1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño de la unidad económica de prestación de servicios profesionales se consideró los factores mercado, tecnología – equipos, financiamiento y la organización.

2.1.1.1 Mercado

Al analizar el mercado y la competencia directa e indirecta, se estimó que existe una demanda potencial que corresponde a 7.032 usuarios de estos servicios profesionales.

Tal como se indica en el siguiente cuadro, la captación de la demanda está en función de los pronósticos establecidos en el capítulo anterior, estableciendo un crecimiento cada año.

El crecimiento propuesto fue establecido en base a la disponibilidad de recursos financieros, existencia de mercado, disponibilidad de mano de obra y aplicabilidad de las estrategias de marketing.

CUADRO N° 2.1
TAMAÑO DE LA UNIDAD DE SERVICIO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	EMPRESAS A ATENDER	%
2012	2.878	700	24,32%
2013	4.094	800	19,54%
2014	5.494	900	16,38%
2015	7.077	1.000	14,13%
2016	8.844	1.100	12,44%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

A continuación se presenta a manera de resumen, el tamaño de la empresa para los próximos 5 años, representado por unidades de servicio y de acuerdo al requerimiento del mercado que se pudo asumir con los datos de las encuestas en el Estudio de Mercado

CUADRO N° 2.2
TAMAÑO DE LA UNIDAD DE SERVICIO

SERVICIO	REQ. DEL MERCADO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Contabilidad de Costos	3%	7	8	9	10	11
Contabilidad de Servicios	1%	56	64	72	80	88
Contabilidad Comercial	8%	21	24	27	30	33
Asesoría Tributaria	88%	616	704	792	880	968
TOTAL	100%	700	800	900	1000	1100

Fuente: Estudio de técnico

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Cuando se establece el tamaño es preciso tomar en consideración el posible incremento del tamaño de la unidad de negocio, dependiendo del crecimiento de la demanda y las estrategias consideradas para obtener una mayor cuota del mercado desplazando a los competidores y posicionándose cada vez de mejor manera. Para lo cual la infraestructura de la empresa debe ser flexible a ampliaciones o en su defecto tener otras opciones como nuevos locales que cubran el crecimiento de la demanda y los posibles cambios del entorno del mercado.

2.1.1.2 Disponibilidad de mano de obra

El personal que trabajará en la empresa se encuentra fácilmente en el mercado laboral, quienes están calificados para las actividades en los servicios a ofrecer por parte de la misma, los profesionales requeridos serán:

**CUADRO 2.3
TALENTO HUMANO
NECESARIO**

Concepto	Cantidad
ÁREA ADMINISTRATIVA	
Gerente General	1
Secretaria-Contadora	1
ÁREA DE VENTAS	
Relacionador Público/Ventas	1
MANO DE OBRA DIRECTA	
Asesor Contable-Tributario	3
Auxiliar de asesoría Contable-Tributaria	3
TOTAL	9

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Este factor no representa un limitante para el proyecto ya que el personal que se requiere es de características existentes en el mercado.

2.1.1.3 Disponibilidad de materiales e insumos

Los materiales o insumos de oficina como hojas, papelería en general y otros suministros de oficina, divisiones modulares para las distintas áreas se adquirirán en:

- Línea Nueva Mobiliario Cía. Ltda.
- Muebles DECORACIÓN

CUADRO 2.4
MUEBLES Y ENSERES
NECESARIOS

Concepto	Cantidad
Estaciones de trabajo	7
Sillas para escritorio	7
Juego de sala	1
Sillas para clientes	7
Librero	1
Archivadores	4
Relojes de pared	1
TOTAL	28

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

CUADRO 2.5
ÚTILES DE OFICINA
NECESARIOS

Concepto	Cantidad
Lápices	9
Esferográficos	18
Carpetas	100
CD's	100
Resmas de papel	9
Grapadoras	8
Perforadoras	8

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Como se puede observar ninguno de estos recursos son limitados en el mercado, por lo que tampoco representa un limitante ya que existen muchos tipos de proveedores haciendo que se facilite la gestión en el suministro de los mismos.

2.1.1.4 Disponibilidad de tecnología

En lo referente a la adquisición de tecnología se dispondrá principalmente de sistemas operativos que constituyen la columna vertebral que sostendrán los sistemas de gestión integral de la empresa y serán adquiridos en los almacenes de la rama.

Los procesos operativos de la empresa no exigen grandes espacios físicos para los equipos que utiliza, el equipo básicos consta de: computadores e implementos de capacitación como: proyectores, pantalla y otros equipos de oficina de menor importancia, por tanto no existirá una ocupación especial de equipos, razón que no es relevante para el área física de la empresa.

Todos los elementos antes mencionados se encuentran con facilidad en los almacenes de la ciudad como:

- World Computers.

CUADRO 2.6
EQUIPOS TECNOLÓGICOS NECESARIOS

Concepto	Cantidad
Computadoras de escritorio Intel	6
Equipo de red	1
Software y licencias	3
Computadora Portátil	1
Impresora all in one (copiadora, fax, escáner)	1

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

CUADRO 2.7
EQUIPOS DE OFICINA NECESARIOS

Concepto	Cantidad
Televisión LCD LG 32"	1
DVD LG	1
Infocus	1
Calculadoras Casio Financial Consultant	6

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

2.1.1.5 Disponibilidad de recursos financieros

La inversión que tiene que incurrir la empresa para su implementación de acuerdo a su capacidad operativa será financiada con la siguiente estructura de capital: 50% por los accionistas y 50% financiado por una de las siguientes entidades financieras.

- Banco Pichincha S.A.
- Corporación Financiera Nacional (CFN).
- Banco ProCredit S.A.

Con lo que se puede afirmar que en el sistema bancario existen servicios adecuado de calificación para la correcta evaluación de este tipo de proyectos por lo que no se considera un limitante para financiamiento del presente proyecto.

2.1.2 CAPACIDAD DEL SERVICIO

2.1.2.1 Tamaño óptimo

La empresa deberá considerar un porcentaje de demanda captada por el proyecto, la cual debe ser extraída de la demanda insatisfecha anual.

Con base a la demanda captada por el proyecto se debe considerar que la capacidad de atención de las empresas demandantes, establecerá una base fundamentada para la determinación de gastos operativos.

Por lo tanto se ha determinado establecer una capacidad instalada de 700 clientes al año, con el objetivo que en el futuro pueda seguir incrementándose la demanda.

2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización óptima es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

Se requiere una localización con requerimientos señalados y enfocados principalmente a la satisfacción del cliente. En términos generales la ubicación de un proyecto de esta naturaleza deberá considerar los factores que se detallan a continuación:

2.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

Las ciudades consideradas como alternativas de ubicación son: la ciudad de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo; ya que la primera constituye un sitio de ubicación del mercado potencial y las restantes a 15 y 30 minutos respectivamente, del área de acción de los potenciales clientes.

Las tres ciudades disponen de óptimas condiciones en: áreas comerciales, edificaciones, actividad comercial, confiabilidad y disponibilidad de los sistemas de apoyo (agua, luz,

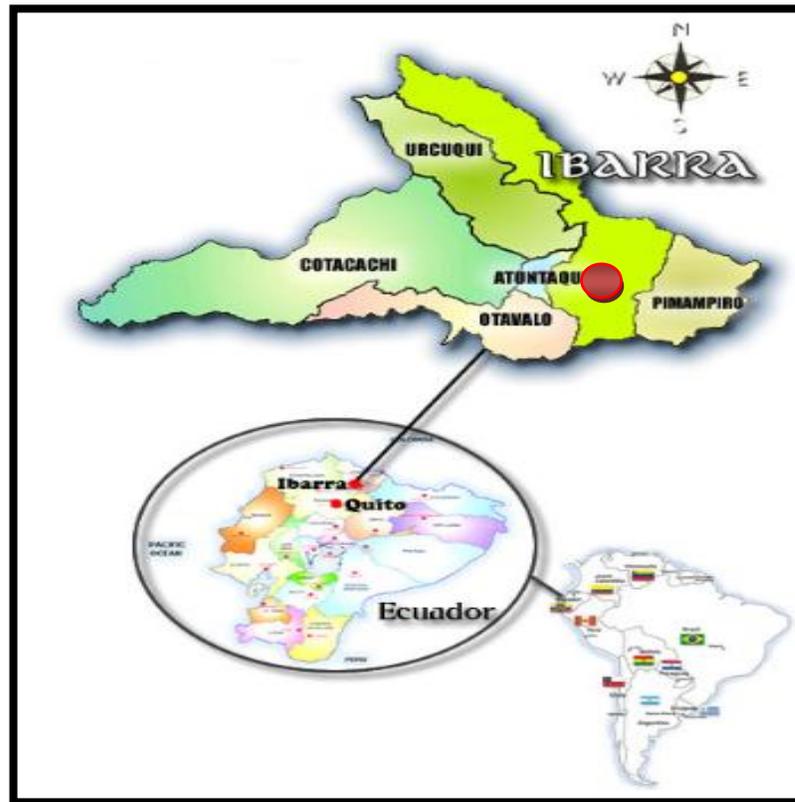
teléfono, internet, vías de acceso, etc.), condiciones socio-culturales y actitud positiva hacia la formación de este tipo de empresas.

La mejor alternativa en la selección está dada por la ciudad de Ibarra por la justificación en lo posterior expresada.

La ciudad de Ibarra es una urbe que reúne las condiciones más altas que las otras dos opciones. Ibarra a más de ser la capital de la provincia de Imbabura, es una ciudad que en los últimos años ha tenido un significativo crecimiento económico y social en el orden del 13.44% (datos obtenidos del Banco Central del Ecuador) lo que ha significado un crecimiento empresarial y microempresarial de las áreas comerciales urbanísticas del norte, centro y sur de la ciudad.

GRAFICO 2.2

MAPA DE LA MACROLOCALIZACIÓN



Fuente: www.ibarra.gob.ec

2.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

La microlocalización busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y costos de los terrenos, infraestructura, y medio ambiente. Se debe toma en cuenta adicionalmente los costos de la inversión, al igual que las condiciones locales.

2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas

- a) **Cercanía al mercado.-** Ibarra al tener un mercado potencial de aproximadamente 7.032 entes económicos registrados en el SRI donde la mayoría se localizan en el sector urbano, puede de esta manera permitir una eficaz distribución. Además de tener acceso a la información y pueden los clientes recibir inspección y supervisión de los técnicos de la empresa.
- b) **Arriendo del local.-** Los arriendos del sector centro de Ibarra, en edificios que poseen ambientes para oficina oscila de \$200 a \$500 USD mensual, para áreas de 40 a 80 m². Se tiene previsto que se instalará la empresa en el edificio WAY con un costo de \$ 500 mensuales y 75 m² de área disponible.
- c) **Seguridad.-** La parte centro de la ciudad cuenta con mayor seguridad, de ahí la ubicación ya que las condiciones de local hace que se cuente con un alto grado de la misma en comparación de otros sectores.
- d) **Tamaño del local.-** El tamaño del local se debe ajustar a las necesidades de los ocupantes de ser muy grande y sobrepasar los 80 m² se tendría un espacio subutilizado y a la larga el costo es perjudicial para la empresa.
- e) **Preferencia administrativa.-** El gusto de los administradores dueños e inversionistas es ubicarse en el sector centro por la cercanía a las entidades públicas y financieras de la ciudad.
- f) **Disponibilidad de servicios básicos.-** Estos se encuentran sin ninguna dificultad en cualquiera de los tres sectores, tomando en cuenta que las tarifas son mayores si se considera como de carácter comercial el inmueble.

El método que se utilizará para este proyecto es el cualitativo por puntos, el cual consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se considera relevantes para la localización. Esto deriva es una comparación cuantitativa de diferentes sitios o lugares a ser determinados para la creación del proyecto.

2.2.2.2 Matriz locacional

Tomando en cuenta todos los parámetros y en base a la concentración de negocios por zonas, se ha determinado las siguientes alternativas:

Opción A: Centro, Calle Bolívar y Olmedo

Opción B: Sur, Dr. Dávila Pérez, Yacucalle

Opción C: Norte, Ciudadela Los Olivos

A fin de ubicar el proyecto de manera ideal se ha diseñado una matriz locacional la cual se presenta a continuación:

ESCALA	
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Muy bueno

**CUADRO 2.8
MATRIZ LOCACIONAL**

Factor de localización	Peso	OPCIÓN A		OPCIÓN B		OPCIÓN C	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Cercanía del mercado meta	25%	5	1,25	3	0,75	3	0,75
Arriendo del local	20%	4	0,80	5	1	5	1
Seguridad	15%	4	0,60	3	0,45	2	0,3
Tamaño del local	10%	4	0,40	5	0,5	5	0,5
Preferencias administrativas	20%	5	1,00	4	0,8	2	0,4
Disponibilidad de servicios básicos	10%	5	0,50	5	0,5	5	0,5
TOTAL	100%	4,55		4		3,45	

Elaborado por: El autor

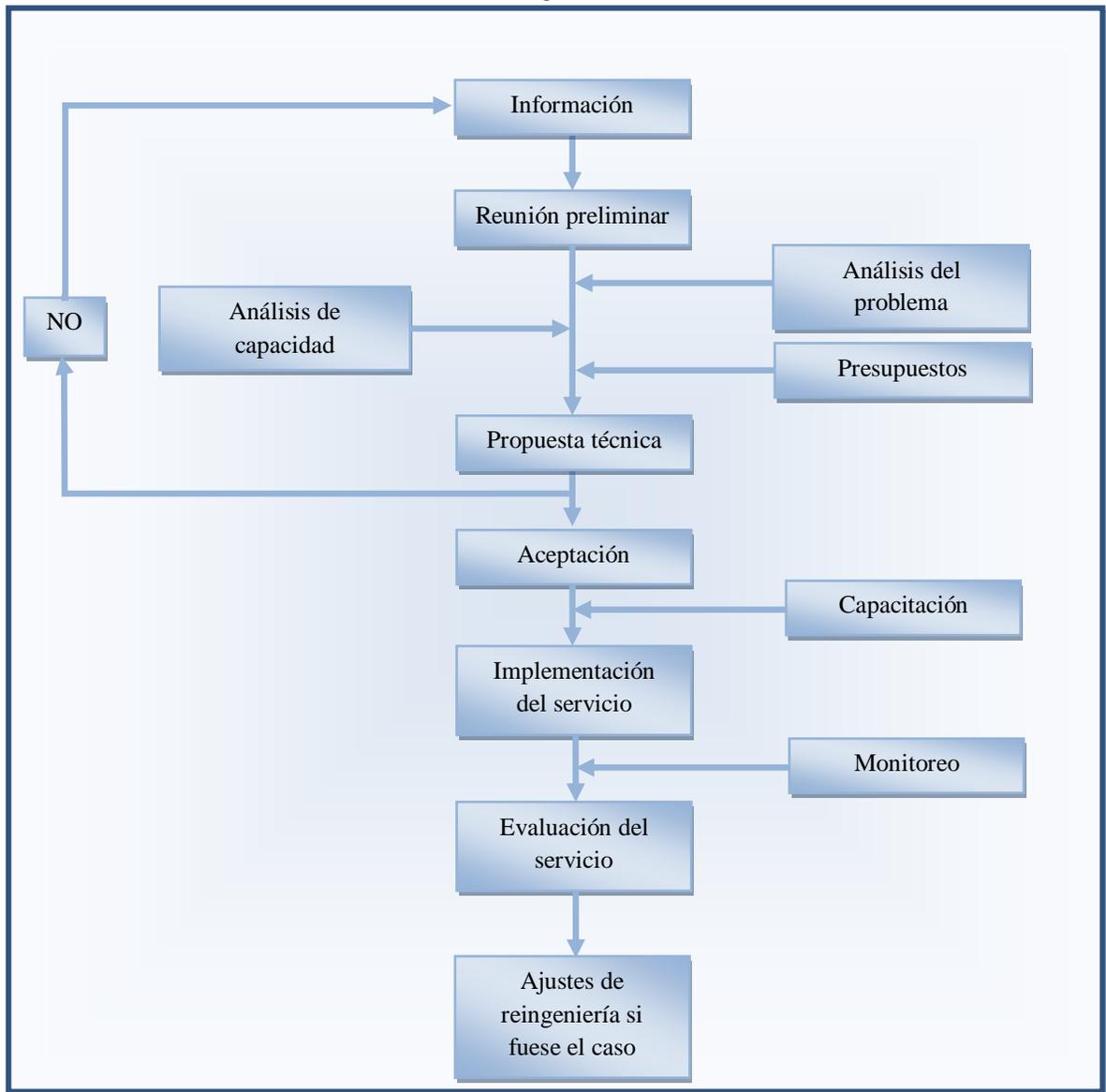
Una vez desarrollado la matriz de localización se ha concluido que el proyecto se ubicará en el sector centro de la ciudad de Ibarra, específicamente en las oficinas del edificio WAY ubicado en la calle Simón Bolívar y Miguel Oviedo, ya que optimiza todos los factores antes mencionados.

Se llegó a esta conclusión debido a que la opción A obtuvo una calificación superior de 4.55 con respecto a las otras dos opciones de 4 y 3.45 respectivamente.

Diagrama de bloques

Constituye en una representación gráfica del proceso que se lleva a cabo para producir los productos y servicios. Se diagrama las secuencias de las operaciones por medio de flechas y las actividades consolidadas unitarias en rectángulos.

GRÁFICO 2.4
DIAGRAMA DE BLOQUES DEL SERVICIO

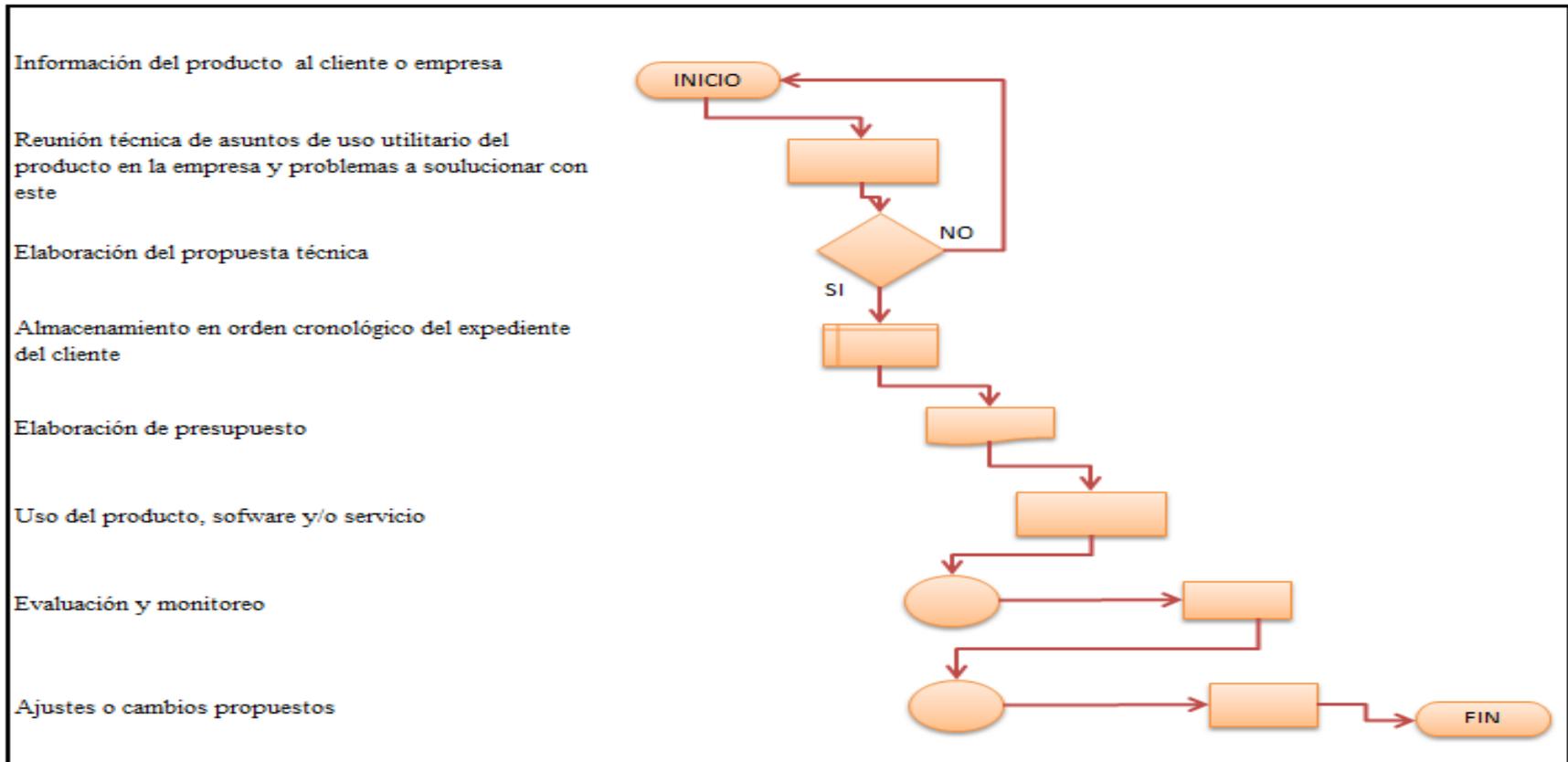


Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

2.3.2 DIAGRAMA DE FLUJO

Esta herramienta permite tener más detalles en representación gráfica de las diferentes actividades, con el uso de los siguientes símbolos internacionales. Para ilustración se presenta el diagrama de flujo del mismo producto analizado en el diagrama de bloque.

GRÁFICO 2.5
DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO



Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

2.3.3 PROGRAMA DEL SERVICIO

En la nueva empresa existen seis personas de mano de obra directa es decir a estas seis personas se les designara las cuentas de cada empresa correspondiente. Cada persona Jefe de Cuenta debe estar en la capacidad de hacerse cargo de 8 cuentas semanales para de esta manera llegar a tener la capacidad instalada de cuentas a la semana llegando al cometido de 1.152 cuentas en el año que es el tamaño óptimo de la empresa.

El primer año de funcionamiento se tiene planteado el aprovechamiento solo del 60.76% del total de la capacidad lo que representa 700 clientes en el año. Esta capacidad se irá incrementando a medida que el equipo de trabajo vaya ganado experiencia y a medida que se vaya incrementado los clientes a atender.

**CUADRO 2.9
PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA**

SECTOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRODUCCIÓN	41	47	53	59	64
COMERCIAL	280	320	360	400	440
SERVICIOS	379	433	487	541	595
Total	700	800	900	1.000	1.100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Se pretende tener una cobertura de empresas basado en la aceptación del negocio tomando como referencia el estudio de mercado realizado en el cual se pudo determinar que, debemos orientarnos hacia las empresas comerciales.

Esto también indica la participación que cada sector tendrá y los niveles de cobertura que la nueva empresa pretende tener en cada uno de los sectores.

Cabe recalcar que estos valores son totalmente flexibles con lo que no representan una pared en la que podamos toparnos y no aceptar propuestas para sobrepasar y sobre todo nuevos campos en los que se pueda incursionar.

2.3.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

2.3.5 REQUERIMIENTO DE INSUMOS Y MATERIALES

Los materiales e insumos a utilizar son de fácil adquisición en el mercado local los precios a los que se cotizaron los insumos están enmarcados en precios considerables en el mercado, también es factible indicar que este tipo de insumos y materiales no son perecibles en el corto tiempo por lo que con tranquilidad se los puede usar en varios de los procesos de los servicios, simple y llanamente con el debido cuidado para hacer perdurar la vida útil de los mismos.

Todos estos equipos son de utilización sencilla y sin ninguna complejidad lo cual simplemente hace que su utilización sea inmediata y no se deba pensar en lograr una debida capacitación del personal para la utilización y manejo de los materiales.

El reabastecimiento de los mismos no genera un proceso de adquisición complejo solo radica en el comparar varias ofertas de precios y de estas escoger la que mayor se ajuste a las necesidades del presupuesto, teniendo en consideración que existiera una alta rotación de insumos en lo que principalmente se refiere a papel e implementos computacionales, para esto es imprescindible el considerar tener una previsión con el afán de no retrasar el servicio a entregarse a los clientes.

2.3.6 REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA

Las obras civiles que son necesarias considerando el emplazamiento de la empresa corresponden a la ubicación de paneles divisorios de madera según los ambientes diseñados. Los costos de los rubros consolidados son:

CUADRO 2.10
OBRAS CIVILES

Descripción	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Área administrativa y técnica	m ²	75	10,67	\$ 800,25

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

El costo de obras civiles es de \$800.25 y corresponde a los rubros que presenta el cuadro que son los necesarios para adecuar el local donde funcionará y desarrollará las actividades el proyecto.

Distribución de ambientes

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

CUADRO 2.11
DISTRIBUCIÓN DE AMBIENTES

Ambiente	Área aproximada m ²
Recibidor	8
Sala de espera	5
Gerencia	8
Asesoría Contable 1	12
Asesoría Contable 2	12
Asesoría tributaria	12
Sala de reuniones	15
Sanitarios	3
TOTAL	75

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

El área que tendrá la empresa será de 75.00 m² con los ambientes que describe el cuadro, los cuales son independientes y tienen flexibilidad para reajustarlos fácilmente a los cambios que sean requeridos.

2.3.7 REQUERIMIENTO DE EQUIPOS

Los equipos básicos que requiere la empresa para su funcionamiento son; un hardware y software. El sistema computacional; permitirá una serie de operaciones basados en programas (software) de tipo contable y administrativo que serán manipulados por computadoras convencionales.

Los proveedores serán los siguientes almacenes:

**CUADRO 2.12
PROVEEDORES**

Concepto	Proveedor
Equipo de computación	World Computers
Muebles de oficina	Linea Nueva Mobiliario Cía. Ltda.
Equipo auxiliares de escritorio	Papelería Mil Uno y varios

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

2.3.8 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Las necesidades de personal técnico está en relación al número de productos y servicios profesionales, que se tiene planificado producir cuya meta inicial es de 700 al año lo cual justifica la presencia de este número de personal en la empresa, como muestra el cuadro:

**CUADRO 2.13
TALENTO HUMANO
NECESARIO**

Concepto	Cantidad
ÁREA ADMINISTRATIVA	
Gerente General	1
Secretaria-Contadora	1
ÁREA DE VENTAS	
Relacionador Público/Ventas	1
MANO DE OBRA DIRECTA	
Asesor Contable-Tributario	3
Auxiliar de asesoría Contable-Tributaria	3
TOTAL	9

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Los desembolsos correspondientes a pago al personal tienen costos estimados de salario referenciales en función al mercado profesional de la ciudad de Ibarra.

2.3.9 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

ACTIVIDADES	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	3	13	20	27	3	10	17	24	9	16	23	30	6	13	20	27
Constitución de la empresa	█															
Obtención de permisos de funcionamiento			█	█												
Negociación del contrato de arriendo del local				█	█											
Arrendamiento de oficinas para el proyecto					█	█										
Instalación de oficinas						█	█	█								
Reclutamiento y selección del personal									█	█	█					
Contratación del servicio de publicidad						█	█									
Ordenar impresión de publicidad							█	█								
Realización de contactos con posibles clientes										█	█	█				
Atención a los primeros clientes													█	█	█	
Contrato con los clientes para la prestación de servicios															█	█

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

CAPÍTULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Para cada proyecto es posible es posible definir la estructura que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión, y por tanto estimar con mayor precisión los costos indirectos que se incurrirá en la implementación del proyecto.²⁵

Objetivos del estudio organizacional

- Identificar la misión, visión, objetivos y valores sobre los cuales la empresa desarrollara sus actividades y sobre los cuales se hará conocer al público en general.
- Establecer la estructura organizacional óptima que permita alcanzar los objetivos propuestos en el presente proyecto.
- Determinar los requisitos que deberán tener los futuros profesionales que formarán parte de la empresa.
- Establecer responsabilidades y objetivos que serán las bases para el desempeño de las actividades de cada miembro del equipo.

3.1 BASE LEGAL

3.1.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Las leyes ecuatorianas distinguen a 5 tipos de compañías:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;

²⁵ CHAIN S. Nassir, "PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación", Pearson Education, México, 2007, p 28

- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Para el presente estudio, la empresa se identificará como compañía de responsabilidad limitada, de acuerdo a la Ley de Consultoría y a la Ley de Compañías. Para este tipo de empresas la Ley de Compañías nos da una definición más clara: “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva”²⁶.

3.1.2 TIPO DE EMPRESA (SECTOR/ACTIVIDAD, CIU)

La empresa se ubica en el sector de servicios, según al Código Industrial Internacional Uniforme (CIU) se encuentra clasificada como “Actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; asesoramiento en materia de impuestos”, con el código 7412.

3.1.3 RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO, SLOGAN.

Una base fundamental de la empresa es el nombre en sí, ya que será su carta de presentación.

La nueva empresa llevará como nombre **“Contability” asesores integrales**, es con este denominativo que será reconocido por los clientes, este nombre está basado en dos palabras, una de ellas es Contabilidad y la otra en inglés: Ability, que por su significado en español significa: Habilidad; pretendiendo de esta manera mostrar el alto compromiso profesional que la empresa tiene, haciendo referencia al conocimiento en el manejo de la contabilidad y todos los servicios que de esta se desprenden.

²⁶ Ley de compañías, Artículo N° 92, Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.

El logotipo de la empresa se lo expone en el siguiente gráfico, se ha incluido en su diseño al guepardo como símbolo de agilidad, eficacia y puntualidad que serán las características fundamentales en el servicio a ofrecer.

GRÁFICO N° 3.1
LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Como eslogan se tiene la siguiente frase: **“sus obligaciones, nuestra responsabilidad”**, frase que pone a consideración al cliente el trabajo responsable, acentuando de manera directa la seriedad con la que se asumirá cualquier tipo de trabajo.

3.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Toda empresa debe tener bien definido su propósito, sus metas a alcanzar y sobre todo sus valores con los cuales se fundamentará su desenvolvimiento en su campo de acción. Por lo que a continuación se presenta una guía para poder definir dichos requisitos indispensables.

GRÁFICO 3.2 BASE FILOSÓFICA DE UNA EMPRESA



Fuente: Kaplan R. S. y Norton D. P., “The strategy focused organization”, Harvard BSPress,2001,p73
Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

3.2.1 VISIÓN

La visión de una empresa u organización es una expresión concisa de la imagen que se desea para la empresa en un futuro, que sirve para marcar el rumbo que debe seguir la empresa para alcanzarla. Consecuentemente la misión de la empresa será:

VISIÓN

Ser una empresa líder en asesoría contable y tributaria en el norte del país, cómplices del crecimiento del sector de la micro, pequeña y mediana empresa, estableciéndose en el mercado como referente en la prestación de un servicio de asesoría integral, personalizado y eficaz.

3.2.2 MISIÓN

La misión por su lado muestra la razón de ser de una empresa, es decir el por qué existe la misma, por lo tanto siempre será la descripción de las actividad que la empresa realizará.

MISIÓN

contAbility Cía. Ltda. tiene por misión contribuir en el desarrollo, optimización de recursos y toma de decisiones de las empresas y personas a través de la prestación del servicio de asesoría contable y tributaria. Teniendo como guía un fuerte impulso de dar apoyo a emprendedores, fomentar el actuar ético y la responsabilidad pública.

3.2.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

ACCIÓN ESTRATÉGICA	C.P.	M.P.	L.P.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Liderazgo en precios asequibles	X			CORTO PLAZO 2011-2012 Establecer una cultura corporativa de bienestar y desarrollo personal y corporativo, enfocado en alcanza un objetivo en común
Mantener el talento humano totalmente capacitado	X			
Utilizar sistemas operativos actualizados y acordes con la legislación vigente y las necesidades del cliente	X			
Incrementar la participación de mercado en el corto y mediano plazo		X		MEDIANO PLAZO 2013-2014 Mejorar la posición competitiva de la empresa en el mercado
Entregar servicios de calidad			X	LARGO PLAZO 2015 Obtener la certificación ISO
Cumplimiento oportuno y eficaz de las obligaciones contraídas			X	

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

3.2.4 PRINCIPIOS Y VALORES

Los valores se expresan en términos de rasgos de identidad de la organización. La concreción de los valores en criterios de actuación, actitudes y comportamientos coherentes en todas las áreas de la organización da lugar a una serie de principios que dan lugar a una cultura organizacional. Siendo así los valores y principios corporativos que regirán el comportamiento de la empresa son:

Ética empresarial

Parte de la misión de la empresa, es establecer estándares elevados del servicio al cliente en los sectores en donde se va a operar. Se busca marcar la diferencia no solo en lo relativo a la clientela a la que serviremos y a la calidad de servicio que se ofrece, sino también en los principios éticos de nuestro negocio.

Transparencia

Facilitar información transparente a los clientes así como al público en general y a los empleados manteniendo siempre una actitud franca y abierta.

Cultura de comunicación abierta

Ser abiertos, equitativos y constructivos en el modo de manejar los conflictos en el trabajo de manera profesional, procurando encontrar soluciones compartidas por todos.

Responsabilidad social y tolerancia

Se atenderá a los clientes de manera responsable. Tras analizar su situación financiera, su potencial y sus necesidades, se ofrece servicios apropiados a sus circunstancias. Es importante promover la cultura tributaria. Se enfatiza un trato respetuoso, justo y digno a todos los clientes y empleados, independientemente de su origen, raza, idioma, género o creencias religiosas y políticas.

Orientación al servicio

Todos los clientes serán atendidos de manera amable, competente y cortés. Los empleados tienen como objetivo dar un servicio de excelencia a todos los clientes, independientemente de sus procedencia o de la importancia de su negocio.

Estándares profesionales elevados

Cada empleado es responsable de la calidad de su trabajo y pone todo su empeño en mejorarla constantemente.

Elevado grado de compromiso personal

Este valor va de la mano con la integridad y la honestidad personal, rasgos que se esperan y exigen en todo empleado en cada una de las actividades que desempeña.

3.2.5 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

La empresa se dedicará a explotar el sector, aprovechando el liderazgo en precios asequibles, enfocándose en incrementar la participación en el mercado en el corto y largo plazo, ofreciendo servicio de calidad y con el cumplimiento puntual de lo establecido.

CUADRO 3.1
ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS

TIPO DE ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	APLICACIÓN
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Considerado así porque la empresa empezará atacando al líder	Evaluar la disponibilidad de recursos para atacar al líder
CRECIMIENTO INTENSIVO	Consiste en incrementar las ventas en los mercados actuales desde el inicio	Evaluar el negocio y defender su posición en el mercado
ESTRATEGIA DE DESARROLLO	Superar el desempeño de los competidores generando servicio a costos inferiores	Analizar la factibilidad de productividad, relación con proveedores y composición de costos totales

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

3.4 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

3.4.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

Los niveles jerárquicos que tendrá la empresa son; nivel directivo (junta directiva), nivel ejecutivo (gerente general), auxiliar administrativo, los profesionales de los departamentos de contabilidad, administración y mercadeo, secretaria -contadora, auxiliar de servicios administrativos.

Los niveles jerárquicos serán divisiones de la estructura administrativa que comprenderá a los órganos que tienen autoridad y responsabilidad similares, independiente de las actividades que tengan a su cargo.

3.4.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

La administración de recursos cumplirá cinco funciones básicas: planeación, organización, formación de equipos de trabajo, dirección y control. Como función preoperativa se analiza la clasificación de puestos, valoración de puestos, reclutamiento, selección de personal, inducción, capacitación y evaluación del desempeño.

3.4.3 CLASIFICACIÓN DE PUESTOS

Una vez definida la estructura administrativa de la empresa, se procede a la descripción de cada uno de los cargos. La descripción por cada cargo se presenta en el siguiente cuadro:

CUADRO 3.1
DESCRIPCIÓN DE CUADROS

NOMBRE DEL CARGO	FUNCIONES	HERRAMIENTAS	REQUISITOS
Gerente general	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprobar programas y presupuestos 2. Interpretar estados financieros 3. Estudiar contratos 4. Revisar y analizar estadísticas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computador 2. Equipos Audiovisuales 3. Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Título universitario en ingeniería. 2. Tener experiencia en cargos similares 3. Experto en sistemas
Asesor contable -tributario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar propuestas de asesoramiento en el área contable de contabilidad y tributaria para los diferentes segmentos del mercado según necesidades específicas de los potenciales clientes 2. Coordinar con la gerencia la elaboración de nuevos productos y servicios del área contable tributaria 3. Dar tutorías, asesorías a los clientes de las empresas 4. Capacitar a los clientes según la modalidad y método que soliciten los usuarios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computador 2. Software contable - tributario, financiero, de contabilidad de costos 3. Equipos audiovisuales para capacitación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contador público autorizado 2. Tener experiencia en cargos similares
Jefe de ventas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiar situación del mercado y programas de fabricación 2. Analizar pronósticos de ventas 3. Visitar clientes importantes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computador 2. Telefax 3. Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Título universitario 2. Tener experiencia en cargos similares

Auxiliar contable	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar trabajos de digitación y ordenamiento de datos asignados por su jefe inmediato referente a la asesoría bajo supervisión 2. Ayudar en las visitas técnicas en el levantamiento de información. 3. Realizar tareas complementarias en coordinación con su tutor o jefe inmediato. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computador 2. Software contable - tributario, financiero, de contabilidad de costos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cursar estudios universitarios o egresado 2. Experiencia no indispensable
Secretaria-Contadora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar actividades de recepción y atención al cliente 2. Programación y organización de citas, reuniones y entrevistas. 3. Llevar un registro cronológico de las actividades económicas como, facturación, pago a proveedores y resúmenes de actividades para análisis de gerencia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Computador 2. Telefax 3. Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tecnología en secretariado ejecutivo, bachiller contador 2. Experiencia no indispensable

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

El análisis de los puestos determinó los deberes y la naturaleza de las posiciones y los tipos de personas en términos de capacidad y experiencia, que deben ser controlados para ocuparlos.

Para fines de reclutamiento se deberá elaborar el formato respectivo de descripción del puesto y contendrá:

- Identificación del puesto
- Resumen del puesto
- Relaciones, responsabilidades y deberes
- Autoridad y estándares del puesto
- Condiciones de trabajo
- Otras especificaciones del puesto.

La descripción de los puestos deberán a más de lo señalado contener lo siguiente:

- Describir funciones secundarias y derivados
- Determinar los límites de autoridad de cada puesto. » No apartarse de sus propósitos.

La clasificación de los puestos será la herramienta principal para el proceso de reclutamiento y selección de recursos humanos

3.4.4. VALORACIÓN DE PUESTOS

Se valora los puestos de acuerdo a los siguientes factores relevantes:

- La naturaleza del puesto de trabajo
- Lugar - ambiente
- Equipos que manipulará
- Horario de trabajo
- Remuneración, beneficios sociales

- Responsabilidades
- Exigencias legales
- Movilización
- Títulos profesionales y experiencia

El método a utilizar será por "Ponderación por Puntos" en relación a los factores relevantes.

3.4.5 RECLUTAMIENTO

El reclutamiento de candidatos a los puestos de la empresa, será un proceso mediante el cual se inicia las actividades del personal y será la primera política de personal de la empresa.

Una vez que el directorio de la empresa haya tomado la decisión de cubrir los puestos que señalan el organigrama, el siguiente paso será desarrollar las fuentes de reclutamiento.

El reclutamiento del personal tiene como objetivo el atraer recursos humanos disponibles en el mercado de trabajo, el mismo que cumpla con los requisitos preestablecidos y se sometan al proceso técnico y secuencial de selección de personal.

Los pasos que se seguirá son:

- Basarse en la descripción de funciones.
- Análisis de correlación encontrando la relación estadística entre dos o más variables (nivel académico, experiencia)
- Juicio administrativo que será un papel importante para tener personal de calidad
- Los candidatos más calificados serán aquellos que ya se encuentran precalificados.

- Tener un análisis del mercado ocupacional a base de pronósticos, registros de profesionales de colegios, asociaciones, otros.
- Hacer publicidad de los puestos a través de la prensa escrita o televisada.

Normas de reclutamiento:

Deberán ser coordinadas entre la gerencia y los directivos de la empresa.

3.4.6 SELECCIÓN DE PERSONAL

El propósito de la selección de personal será encontrar a la persona indicada para los puestos de la estructura de la empresa.

El proceso de selección.

El proceso de selección de personal se basará en tres criterios:

- El desempeño del personal, pertinencia, eficiencia, eficacia.
- Los costos de reclutar y contratar personal
- Implicaciones legales de utilizar procedimientos de selección.

Pasos del proceso:

- Se analizará las hojas de vida de los aspirantes.
- Eliminará los candidatos que no reúnan los requisitos establecidos.
- Se efectuará una entrevista preliminar de los posibles candidatos con la finalidad de verificar personalmente, si reúnen los requisitos fundamentales para poder desempeñar productivamente el puesto.
- De esta entrevista saldrán los candidatos rechazados y otros aceptados en primera instancia. A los candidatos rechazados se les comunicara por cualquier medio (teléfono, personalmente). A los candidatos aceptados se les

notificará la decisión positiva y se les citará en determinada fecha a una entrevista más específica.

- Se entrevistará con los candidatos preseleccionados y se les proporcionará mayores detalles sobre las características del puesto a ocupar y sobre la organización general de la empresa.
- A los candidatos rechazados en esta segunda entrevista, se les dará el mismo tratamiento que a los candidatos anteriores rechazados.
- A los candidatos aceptados se les notificará para las pruebas de carácter técnicas definitivas. A los aceptados se le notificará para la contratación.

Se usará pruebas de selección bajo la concepción de criterios de validez, contenido, confiabilidad. Para validar las pruebas de selección se deberá estar seguro de su calificación, relacionando el posible desempeño en el trabajo (puesto). El proceso de validación del aspirante requerirá generalmente de la experiencia de un experto y coordinado por los directivos o gerencia.

Las pruebas deberán contener preguntas para la capacidad general de razonamiento (inteligencia) y de habilidades específicas según el tipo de puesto a ocupar. Será importante medir los factores motivacionales, personalidad (valores).

Por lo que todos los candidatos internos o externos se canalizaran hacia dicha sección, para su atención de acuerdo con las políticas y procedimientos de la empresa.

- El número de vacantes existentes o a quedar condicionará el número de personas que serán reclutados para la selección.
- La base del reclutamiento estará constituido por la descripción de funciones y la especificación de las características requeridas para ocupar los puestos de la empresa.
- No se iniciará ninguna actividad de reclutamiento de personal, sin antes contar con las fuentes de abastecimiento.

- Para cubrir puestos que por algún motivo queden vacantes en la empresa se usará fuentes internas de candidatos, porque ofrecerá diversos beneficios que pueden ser fortalezas para la operatividad empresarial.

3.4.7 INDUCCIÓN

La inducción a las personas que ocupen los puestos en la organización tendrá como objetivo principal proporcionar información básica sobre la empresa, información que necesitan para desempeñar satisfactoriamente sus labores. Esta información básica incluirá hechos como la forma de ingresar a la nómina, horarios de trabajo, con quien coordinará, socialización con las actividades generales y específicas de la empresa.

Los programas de inducción irán desde buenas inducciones informales, hasta programas formales y extensos. Para el segundo caso se proporcionará al empleado un manual de sus funciones, valores esperados de desempeño, políticas, normas, acciones, operaciones y otra información adicional.

Manejo de inducción.- Se procederá a hacer un listado de puntos para la inducción, lo que ayudará a que los pasos de ésta sean cubiertos basados en "explicar la organización" y "presentar a sus compañeros", explicar la naturaleza exacta de su trabajo y la familiarización del empleado con la empresa.

Se efectuará revisiones realistas de los puestos y estarán dirigidos a dar un ambiente de armonía a los empleados. Lo que significará realmente su puesto, lo que creará una cultura adecuada de actitud para interrelación de expectativas y metas trazadas entre empleado y empresa.

Se fomentará vínculos de socialización entre los empleados apoyando programas de esparcimiento y camaraderías.

El sistema de evaluación del desempeño, jugará un papel importante en la socialización y decidirá si es necesario capacitar, formar al personal de la empresa.

3.4.8 CAPACITACIÓN

La capacitación tendrá como objetivo principal proporcionar a los empleados nuevos conocimientos técnicos para un mejor nivel de desempeño y productividad en sus puestos de trabajo.

Los programas de capacitación será un eje transversal importante en el plan estratégico de la empresa, basado en:

- Evaluar las necesidades de capacitación corporativa o por puestos de trabajo.
- Apoderamiento de nuevas tecnologías del área que presta servicios la empresa.
- Análisis del nivel de desempeño de la empresa y sus empleados.
- Nivel de motivación del personal
- Fijación de objetivos de capacitación
- Formas de capacitación: en la empresa, puesto de trabajo, por instrucciones del puesto.
- Técnicas aplicadas (videos, conferencias, circuitos cerrados, etc.).

La evaluación del esfuerzo de capacitación se deberá hacerlo por: método, programa curricular, a la técnica y a las personas capacitadas para ver si han cumplido sus objetivos.

Al capacitar se podrá medir:

- Habilidades cognoscitivas, destrezas, técnicas
- Empoderamiento tecnológico
- Resultados en términos objetivos de la capacitación.

3.4.9 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

La evaluación del desempeño de los empleados será importante porque ofrecerán información de base para poder tomar decisiones de promoción y remuneración. Las evaluaciones ofrecerán una oportunidad para que el gerente se reúna y revise el comportamiento de los empleados con sus puestos de trabajo. El nivel de desempeño de los empleados permitirá plantear programas de retroalimentación con respecto a los niveles de desempeño que desea la empresa, por tanto plantear capacitaciones al personal.

La evaluación del desempeño comprenderá tres pasos:

1. Definir el puesto de trabajo
2. Evaluar el desempeño
3. Ofrecer retroalimentación.

Definir el puesto significará, asegurarse de que el empleado realice las funciones de este cargo. La evaluación del desempeño significará comparar el rendimiento real del empleado con los estándares determinados en el paso uno, esto generalmente requiere de un tipo de formato de calificación y de un método: PARETO, ISHIKAWA. La evaluación del desempeño establecerá indicadores de retroalimentación, capacitación del personal que no esté en estos estándares de desempeño; según los criterios de evaluación que se analice internamente.

Normas a seguir en la evaluación del desempeño

1. La evaluación del desempeño del puesto, deberá basarse en un análisis del puesto con estándares específicos de desempeño.

Análisis de puesto => Estándares de desempeño = Evaluación del desempeño

2. La evaluación del desempeño se torna razonable solo cuando los estándares de desempeño se han dado a conocer a los empleados.

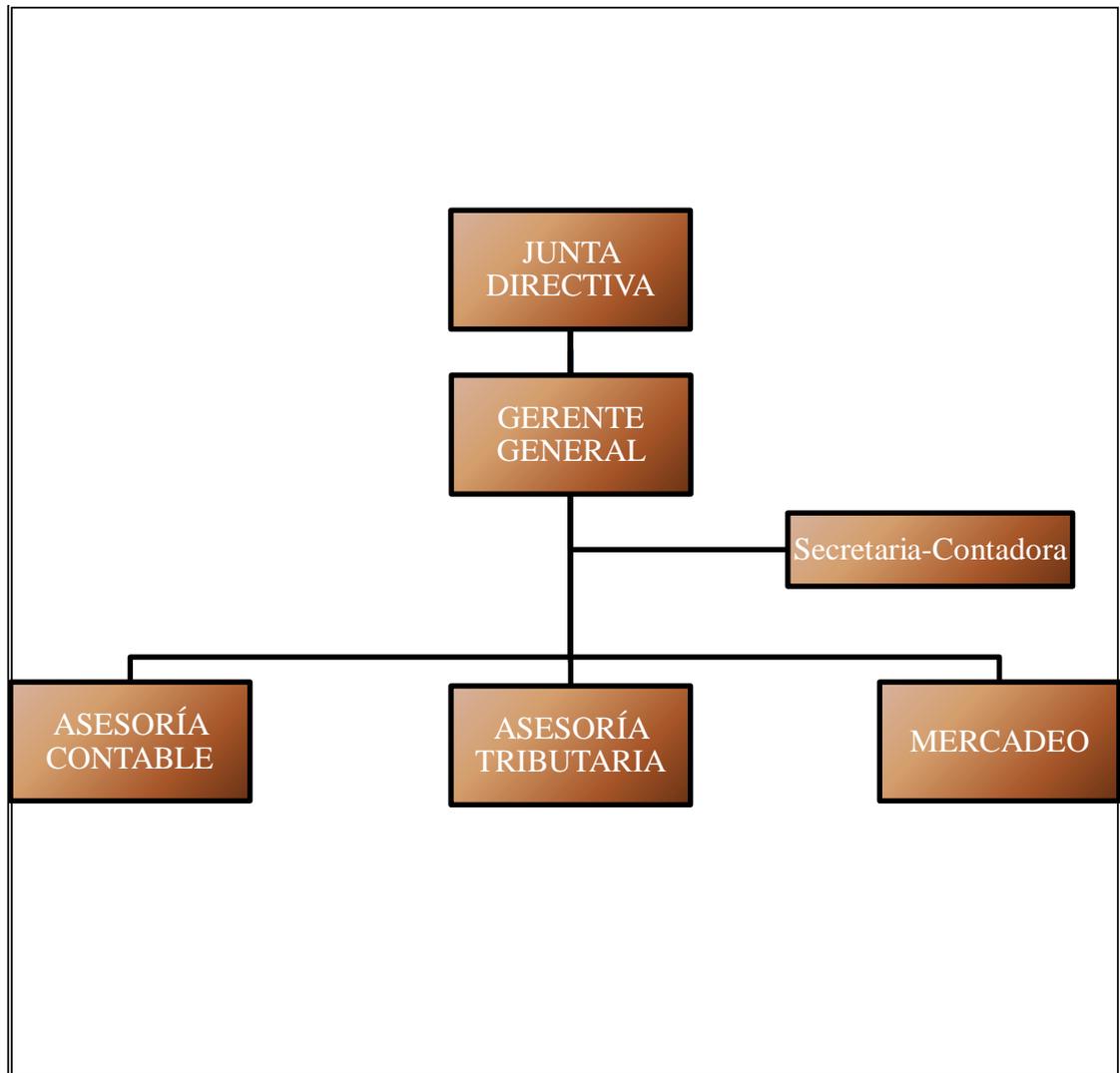
3. Deberán calificarse claramente el desempeño en medidas cualitativas y cuantitativas,
4. Los sistemas de evaluación deben validarse para cada puesto de trabajo.
5. Los evaluadores deberán ser capacitados en el uso de las técnicas de evaluación de desempeño.
6. Ofrecer mecanismos de apelación, si algún empleado, no está de acuerdo con la evaluación.

Problemas que se deben evitar al evaluar el desempeño

- a. Fallas de interpretación
- b. Mala comunicación
- c. Carencia de estándares que puedan evaluar objetivamente los resultados.
- d. Manejar estándares irrelevantes o subjetivos para el puesto de trabajo.
- e. Comparar con estándares poco realistas.
- f. No tener objetividad en la medición.
- g. Errores del evaluador.
- h. Mala retroalimentación hacia los empleados, no comunicar al empleado las calificaciones con la finalidad de que la evaluación sea eficaz.
- i. Incapacidad de aplicar datos de evaluación para la toma de decisiones.
- j. Sesgo entre el subordinado y el superior en términos de edad, raza y sexo
- k. Tardanza en posibles soluciones

3.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

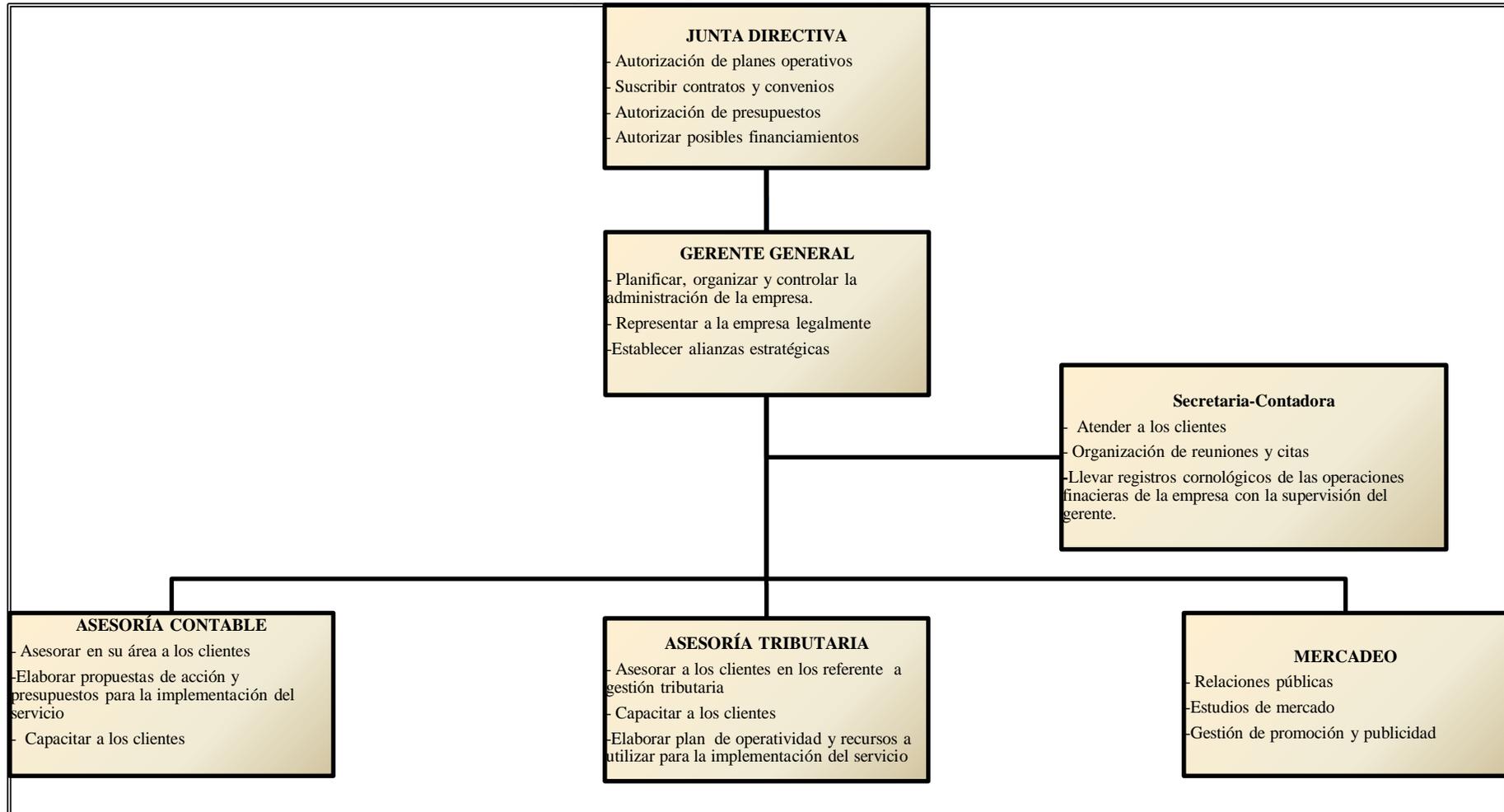
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

3.6 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Los mismos que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.²⁹

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

Objetivos del estudio financiero

- Determinar el presupuesto de inversión
- Analizar la estructura de financiamiento
- Determinar el punto de equilibrio
- Elaborar los estados financieros proyectados

4.1 PRESUPUESTOS

Este estudio viene a constituir la sistematización tanto contable como financiera de los estudios realizados con anterioridad y en base a este se podrá conocer los resultados que generará el proyecto, al igual que la liquidez que se obtendrá para cumplir con las obligaciones operacionales y no operacionales y, finalmente, la estructura expresada por el estado de resultados.

²⁹Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), “Guía para la presentación de proyectos”, Siglo XXI Editores, México, p 121

4.1.1 PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN

La inversión comprende la adquisición de todos los activos fijos y diferidos; además del capital de trabajo e imprevistos necesarios para que la institución pueda desarrollar sus actividades.

El presupuesto de inversión debe sustentar la capacidad que se piensa cubrir en el tamaño óptimo de la empresa calculada en el capítulo 2 del presente proyecto.

**CUADRO N° 4.1
TAMAÑO DE LA UNIDAD DE SERVICIO**

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	EMPRESAS A ATENDER	%
2012	2.878	700	24,32%
2013	4.094	800	19,54%
2014	5.494	900	16,38%
2015	7.077	1.000	14,13%
2016	8.844	1.100	12,44%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.1.1.1 Activos fijos y realizables

“Constituyen todos aquellos bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas.”³⁰

Dentro de este rubro se incluye todas las obras físicas que se necesita para la remodelación de las instalaciones de la empresa, para lo cual se adecuará una superficie de 75 m2 destinada a: área administrativa y técnica.

El valor total por obras asciende a USD 800.25 lo mismo que se desglosa en cuadro N° 4.2

³⁰ ZAPATA Pedro, “Contabilidad General”, 2da edición, Mc Graw Hill, Colombia, 1996, p 122

CUADRO 4.2
ADECUACIONES

Descripción	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Área administrativa y técnica	m ²	75	10,67	\$ 800,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Dentro de este rubro se encuentra el mobiliario que se requiere para los diferentes departamentos de la consultora. EL costo total por mobiliarios es de USD 3.015,17 estos valores se detallan en el cuadro N° 4.3

CUADRO N° 4.3
MUEBLES Y ENSERES NECESARIOS

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estaciones de trabajo	7	\$ 196,43	\$ 1.375,01
Sillas para escritorio	7	\$ 58,04	\$ 406,28
Juego de sala	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Sillas para clientes	7	\$ 33,04	\$ 231,28
Libreros	1	\$ 62,50	\$ 62,50
Archivadores	4	\$ 156,25	\$ 625,00
Relojes de pared	1	\$ 15,00	\$ 15,00
TOTAL			\$ 3.015,07

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Se incluye dentro de este concepto la adquisición de equipos que permitan el normal funcionamiento del área administrativo y área técnica, tales como: televisión, DVD, proyectores, calculadores, etc.

El valor total por concepto de equipo de oficina es de USD 1.435, este rubro se detalla en el cuadro N° 4.4

CUADRO 4.4
EQUIPOS DE OFICINA NECESARIO

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Telvisión LCD LG 32"	1	\$ 619,00	\$ 619,00
DVD LG	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Infocus	1	\$ 591,00	\$ 591,00
Calculadoras Casio Financial Consultant	5	\$ 25,00	\$ 125,00
TOTAL			\$ 1.435,00

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Se incluye dentro de este concepto la adquisición de tecnología que permitan facilitar el trabajo de los empleados de la consultora y agilizar el servicio que se brinda.

El valor total por concepto de equipo de computación es de USD. 4.674,24 este se detalla en el cuadro N° 4.5

CUADRO N° 4.5
EQUIPOS TECNOLÓGICOS NECESARIOS

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras de escritorio Intel	7	\$ 472,32	\$ 3.306,24
Equipo de red	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Software y licencias	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Computadora Portatil	1	\$ 568,00	\$ 568,00
Impresora all in one (copiadora, fax, escaner)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 4.674,24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Los activos fijos que el presente proyecto requiere se resumen en el cuadro N° 4.6 y se presenta a continuación.

CUADRO N° 4.6
INVERSIÓN EN ACTIVOS

Concepto	Valor
Adecuaciones	\$ 800,25
Muebles y enseres	\$ 3.015,07
Equipos de oficina	\$ 1.435,00
Equipo de computación	\$ 4.674,24
Subtotal	\$ 9.924,56
Imprevistos (5%)	\$ 496,23
TOTAL	\$ 9.924,56

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.1.1.2 Activos intangibles o diferidos

“Constituyen todos aquellos gastos capitalizables que rendirán beneficios en períodos futuros relativamente largos.”³¹

Se consideran necesarios para el funcionamiento de la empresa y, se presentan como servicios y derechos adquiridos, no tienen valor de la realización en el mercado. Entre estos tenemos los estudios de factibilidad y los gastos de constitución de la empresa; los valores se presentan a continuación en el cuadro N° 4.7

CUADRO N° 4.7
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Concepto	Valor
Estudio de prefactibilidad	\$ 900,00
Constitución de la compañía	\$ 1.500,00
Permisos de funcionamiento	-
TOTAL	\$ 2.400,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

³¹ ZAPATA Pedro, “Contabilidad General”, 2da edición, Mc Graw Hill, Colombia, 1996, p 129

4.1.1.3 Capital de trabajo

Está representado por el capital adicional (distinto al de la inversión en activo fijo y diferido) con el que hay que contar para el funcionamiento de la empresa, por lo tanto se debe financiar antes de recibir ingresos y; forma parte de los activos corrientes para iniciar la operatividad de la empresa.

Este capital cubrirá los gastos en los que incurre la empresa, como son: paga profesionales productivos y administrativos, mantenimiento, arriendo; además permitirá cubrir los gastos de administración y ventas hasta que se normalice el flujo de ingresos.

Sueldo de producción

Rubros relacionados con el trabajo de las personas que intervienen directamente en la prestación del servicio. El valor del sueldo mensual incluye los respectivos rubros de aporte patronal al IESS (11,15%). El sueldo anual está constituido por el décimo tercer sueldo y décimo cuarto sueldo.

CUADRO N° 4.8
SUELDO DE PRODUCCIÓN

Concepto	Cant.	Rem. Mensual	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Vacaciones	Total mes	Valor anual
Asesor Contable-Tributario	3	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 22,00	\$ 25,00	\$ 2.309,70	\$ 27.716,40
Auxiliar de asesoría Contable-Tributaria	3	\$ 300,00	\$ 36,45	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 12,50	\$ 1.187,85	\$ 14.254,20
TOTAL								\$ 41.970,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Mantenimiento y reparación

Es una cuenta de previsión futura, puesto que al reparar y mantener el equipo y las instalaciones, significará para la empresa realizar gastos aproximadamente de USD. 332.91. Los mismos que se calculan de acuerdo a su vida útil.

CUADRO N°4.9
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES

Concepto	Valor	Porcentaje	Valor Anual
Adecuaciones	800,25	3%	\$ 24,01
Muebles y Enseres	3.015,07	1%	\$ 30,15
Equipos de Oficina	1.435,00	5%	\$ 71,75
Equipo de Computación	4.674,24	5%	\$ 233,71
TOTAL			\$ 359,62

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Arriendo

En esta cuenta se presenta el valor por el costo de arriendo del local donde funcionará la empresa.

CUADRO N° 4.10
ARRIENDO

Concepto	Freq.	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo	mensual	500,00	\$ 6.000,00
TOTAL			\$ 6.000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos se refieren a todos los desembolsos de dinero del área de administración, tales como: gastos de personal, servicios básicos, materiales y suministros y gastos varios.

Para el efecto se han calculado los siguientes desembolsos de dinero para los próximos cinco años, donde se espera que exista una variación en consecuencia de la inflación proyectada a excepción de los sueldos que permanecerán constantes, lo cual hace suponer que los presupuestos aquí planteados, servirán como una herramienta de control de gastos administrativos.

Los rubros que forman parte de los gastos de administración se resumen en el cuadro N° 4.11:

**CUADRO N° 4.11
PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Concepto	Cant.	Rem. Mensual	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Vacaciones	Total mes	Valor Anual
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 897,20	\$ 10.766,40
Secretaria-Contadora	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 520,60	\$ 6.247,20
Relacionador Público/Ventas	1	\$ 500,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 22,00	\$ 20,83	\$ 645,25	\$ 7.743,00
TOTAL								\$ 24.756,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Servicios Básicos

Son los rubros que se desembolsarán por concepto de servicios básicos a ser utilizados por la empresa, los mismos se detallan en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 4.12
SERVICIOS BÁSICOS**

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	\$ 35	\$ 420
Energía Eléctrica	\$ 50	\$ 600
Teléfono	\$ 80	\$ 960
Internet	\$ 35	\$ 420
TOTAL		\$ 2.400,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Estos rubros están relacionados con el tamaño de la empresa y el número de personas que laboran en ella, se estiman valores fijos promediados entre un consumo mínimo y máximo.

Útiles de oficina

Todos los útiles de oficina que la nueva empresa utilizará y que ayudarán al correcto accionar de las distintas actividades, están detalladas a continuación, los mismos que alcanzan un valor de USD. 113,60 y se encuentran desglosados en el cuadro N° 4.6

**CUADRO N° 4.13
ÚTILES DE OFICINA NECESARIOS**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Lápices	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Esferográficos	20	\$ 0,35	\$ 7,00
Carpetas	100	\$ 0,15	\$ 15,00
CD's	100	\$ 0,17	\$ 17,00
Resmas de papel	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Grapadoras	8	\$ 2,35	\$ 18,80
Perforadoras	8	\$ 1,35	\$ 10,80
TOTAL			\$ 113,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Estos son bienes destinados a asegurar el correcto desenvolvimiento del proyecto, son bienes que no se destinan para la venta y se consumen en cortos períodos de tiempo por lo que se registrará como gastos administrativos.

4.1.2 PROGRAMA DE INVERSIÓN

**CUADRO N° 4.14
PROGRAMA DE INVERSIÓN**

Concepto	Valor
a.- INVERSIONES FIJAS	\$ 12.820,79
Activos Fijos	\$ 10.420,79
Adecuaciones	\$ 800,25
Muebles y enseres	\$ 3.015,07
Equipos de oficina	\$ 1.435,00
Equipo de computación	\$ 4.674,24
Imprevistos (5%)	\$ 496,23
Activos Diferidos	\$ 2.400,00
Estudio de prefactibilidad	\$ 900,00
Constitución de la compañía	\$ 1.500,00
b.- CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6.783,82
Sueldo Producción	\$ 3.497,55
Arriendo	\$ 500,00
Gastos administrativos	\$ 2.063,05
Gasto de ventas	\$ 50,00
Gasto útiles de oficina	\$ 113,60
Servicios básicos	\$ 200,00
Mantenimiento	\$ 359,62
TOTAL a+b	\$ 19.604,61

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

El monto total para poner en marcha la empresa es de \$ 19.604,61 de este rubro el 50% será financiado con la Corporación Financiera Nacional (CFN) por tratarse de una institución que atrae al inversionista por sus líneas de crédito amplias y sobre todo porque es una de las pocas instituciones financieras que apoyan a iniciativas y proyectos de inversión.

La vida útil de los equipos y software de computación se estima será para 3 años pero no es imprescindible el realizar cambios completos de hardware, las licencias del software también necesitarían un recambio al momento de adquisición de los nuevos equipos y constituyéndose en un gasto de consideración a realizarse en un período de 3 años.

4.1.3 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

4.1.3.1 Presupuestos de ingresos

**CUADRO 4.15
PRESUPUESTO DE INGRESOS**

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
EN UNIDADES DE PRODUCTO					
Contabilidad de Costos	7	8	9	10	11
Contabilidad de Servicios	56	64	72	80	88
Contabilidad Comercial	21	24	27	30	33
Asesoría Tributaria	616	704	792	880	968
PRECIOS ESTIMADOS					
Precio Contabilidad de Costos	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Precio Contabilidad de Servicios	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Precio Contabilidad Comercial	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Precio Asesoría Tributaria	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
INGRESOS TOTALES					
Contabilidad de Costos	\$ 3.500,00	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00
Contabilidad de Servicios	\$ 11.200,00	\$ 12.800,00	\$ 14.400,00	\$ 16.000,00	\$ 17.600,00
Contabilidad Comercial	\$ 6.300,00	\$ 7.200,00	\$ 8.100,00	\$ 9.000,00	\$ 9.900,00
Asesoría Tributaria	\$ 61.600,00	\$ 70.400,00	\$ 79.200,00	\$ 88.000,00	\$ 96.800,00
TOTAL	\$ 82.600,00	\$ 94.400,00	\$ 106.200,00	\$ 118.000,00	\$ 129.800,00

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.1.3.2 Presupuestos de egresos

**CUADRO N° 4.16
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Sueldo de producción	\$ 41.970,60	\$ 44.278,98	\$ 46.714,33	\$ 49.283,62	\$ 51.994,21
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 41.970,60	\$ 44.278,98	\$ 46.714,33	\$ 49.283,62	\$ 51.994,21
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS					
Sueldos administrativos	\$ 24.756,60	\$ 24.756,60	\$ 24.756,60	\$ 24.756,60	\$ 24.756,60
Servicios básicos	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Gasto útiles de oficina	\$ 113,60	\$ 113,60	\$ 113,60	\$ 113,60	\$ 113,60
Mantenimiento	\$ 359,62	\$ 359,62	\$ 359,62	\$ 359,62	\$ 359,62
Arriendo	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Gastos de ventas	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Depreciación	\$ 2.003,09	\$ 2.003,09	\$ 2.003,09	\$ 2.003,09	\$ 2.003,09
Amortización	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
TOTAL GASTOS ADMIN. Y VTAS	\$ 36.712,91	\$ 36.712,91	\$ 36.712,91	\$ 36.712,91	\$ 36.712,91
GASTOS FINANCIEROS					
Gastos financieros	954,95	781,57	589,08	375,37	138,16
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 79.638,46	\$ 81.773,46	\$ 84.016,31	\$ 86.371,89	\$ 88.845,28

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Los precios establecidos para la elaboración del presupuesto de ingresos fueron tomados del estudio de mercado, cabe indicar que se está cumpliendo con la estrategia de precios bajos e ingresos razonables, ya que con respecto a la competencia se maneja una diferencia de precios lo cual ayuda a competir con nuestra competencia, apoyados en la calidad de los servicios ofertados.

Los egresos que se representan en el cuadro N° 4.15 fueron proyectado a su valor anual, en el caso de los sueldos se consideró el pago de los beneficios sociales de ley, se considera un rubro fijo de depreciación ya que al cuarto año se adquirirá nuevos equipos de computación, manteniendo de esta manera la operatividad de la empresa y asumiendo la depreciación de dichos equipos. La variación que se origina entre cada uno de los períodos viene dada por la inflación anual que se estima por parte del Banco Central del Ecuador es decir el 5,50%¹⁸.

4.1.3.3 Estado de origen y aplicación de recursos

Cada uno de los recursos que se obtendrán ya sean propios o de la institución financiera son canalizados en los distintos rubros de inversión considerados como se detalla de una mejor manera en el estado de origen y usos que se presenta a continuación en el cuadro N° 4.16.

¹⁸ Fuente: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion> Tema: Inflación máxima para el año 2011

CUADRO N° 4.17

FUENTES Y USOS DE FONDOS

RUBROS DE INVERSIÓN	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS 50%	CFN 50%
a.- INVERSIONES FIJAS	\$ 12.820,79	\$ 6.410,39	\$ 6.410,39
Activos Fijos	\$ 10.420,79	\$ 5.210,39	\$ 5.210,39
Adecuaciones	\$ 800,25	\$ 400,13	\$ 400,13
Muebles y enseres	\$ 3.015,07	\$ 1.507,54	\$ 1.507,54
Equipos de oficina	\$ 1.435,00	\$ 717,50	\$ 717,50
Equipo de computación	\$ 4.674,24	\$ 2.337,12	\$ 2.337,12
Imprevistos (5%)	\$ 496,23	\$ 248,11	\$ 248,11
Activos Diferidos	\$ 2.400,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Estudio de prefactibilidad	\$ 900,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Constitución de la compañía	\$ 1.500,00	\$ 750,00	\$ 750,00
		\$ 0,00	\$ 0,00
b.- CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6.783,82	\$ 3.391,91	\$ 3.391,91
Sueldo Producción	\$ 3.497,55	\$ 1.748,78	\$ 1.748,78
Arriendo	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Gastos administrativos	\$ 2.063,05	\$ 1.031,53	\$ 1.031,53
Gasto de ventas	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Gasto útiles de oficina	\$ 113,60	\$ 56,80	\$ 56,80
Servicios básicos	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Mantenimiento	\$ 359,62	\$ 179,81	\$ 179,81
TOTAL a+b	\$ 19.604,61	\$ 9.802,30	\$ 9.802,30

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.1.3.4 Estructura de financiamiento

La cantidad a financiarse es de USD 9.802,30 que corresponde al 50% del total de la inversión, la misma que se trabajará a una tasa de interés del 10,50% anual, ofrecida por la CFN quien será nuestro financista. A continuación se presenta la tabla de amortización resumida de manera anual que se aplicará al presente plan de negocios. La tabla completa en períodos mensuales se la adjunta en la sección de anexos.

CUADRO N° 4.18
TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑOS	DEUDA	INTERESES VENCIDOS	CAPITAL PAGADO	CUOTA DE PAGO	SALDO
1	\$ 9.802,30	\$ 954,95	\$ 1.573,32	\$ 2.528,28	\$ 8.228,98
2	\$ 8.228,98	\$ 781,57	\$ 1.746,71	\$ 2.528,28	\$ 6.482,27
3	\$ 6.482,27	\$ 589,08	\$ 1.939,20	\$ 2.528,28	\$ 4.543,07
4	\$ 4.543,07	\$ 375,37	\$ 2.152,91	\$ 2.528,28	\$ 2.390,17
5	\$ 2.390,17	\$ 138,16	\$ 2.390,12	\$ 2.528,28	\$ 0,05
TOTAL		\$ 2.839,13	\$ 9.802,26	\$ 12.641,38	

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

El método utilizado para el cálculo de la tabla de amortización corresponde al sistema de cuotas fijas. A continuación se puede observar la amortización de capital y los intereses a través del tiempo.

GRÁFICO 4.1
COMPOSICIÓN DE LA AMORTIZACIÓN



Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.1.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

“Se entiende por punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, aquella cifra de ventas en que la empresa ni pierde ni gana; es decir, cuando la empresa cubre únicamente todos sus gastos.”¹⁹

Para el cálculo del punto de equilibrio se procede a identificar las variables que se incluirán en la fórmula de cálculo y su respectiva gráfica:

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}}$$

Donde:

PE = ?

Costo Fijo total = 36.712,91

Precio de venta unitario = 275 (precio ponderado de los diferentes servicios)

Costo variable unitario = 152,62

Reemplazando se obtiene:

$$PE = \frac{36.712,91}{275 - 152,62}$$

$PE = 299,99 \Rightarrow 300$

¹⁹ AMAT Oriol, “Análisis Económico - Financiero”, 20^{va} edición, Ediciones Gestión 2000, Barcelona, 2008, p 75.

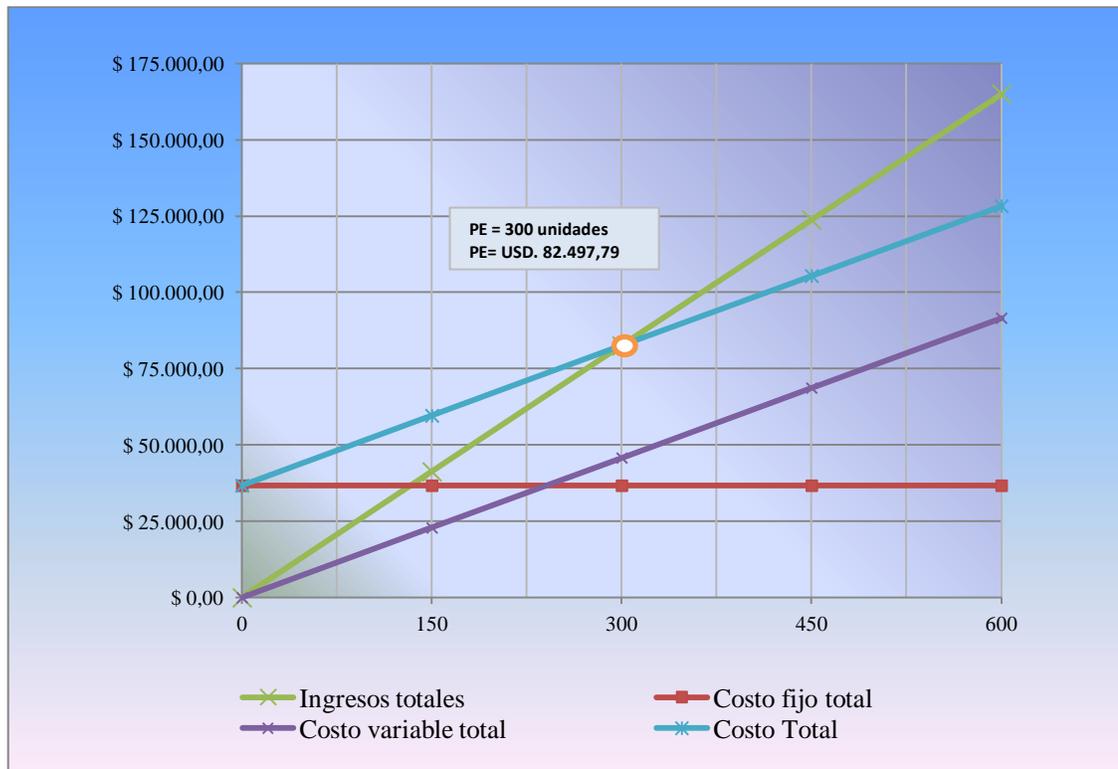
Para la representación gráfica se procede a realizar un cuadro resumen donde se demuestra el punto de equilibrio antes calculado.

CUADRO N° 4.19
PUNTO DE EQUILIBRIO

Precio de venta unitario ponderado	Unidades vendidas	Ingresos totales	Costo fijo total	Costo variable unitario	Costo variable total	Costo Total
\$ 275,00	0	\$ 0,00	\$ 36.712,91	\$ 152,62	\$ 0,00	\$ 36.712,91
\$ 275,00	150	\$ 41.250,00	\$ 36.712,91	\$ 152,62	\$ 22.893,05	\$ 59.605,96
\$ 275,00	300	\$ 82.500,00	\$ 36.712,91	\$ 152,62	\$ 45.786,11	\$ 82.499,02
\$ 275,00	450	\$ 123.750,00	\$ 36.712,91	\$ 152,62	\$ 68.679,16	\$ 105.392,07
\$ 275,00	600	\$ 165.000,00	\$ 36.712,91	\$ 152,62	\$ 91.572,22	\$ 128.285,13

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

GRÁFICO N° 4.2
PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

El punto de equilibrio para la nueva empresa está en 300 unidades de servicio, en el cual se alcanza un nivel de ventas de \$ 82.497,79. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener la empresa en un momento determinado.

4.2 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

El propósito de los requerimientos financieros comprende:

- Determinar la cantidad de dinero que la empresa requiere durante un periodo determinado.
- Conocer la cantidad de dinero que la empresa genera internamente durante un período de tiempo.
- Contar con los fondos requeridos a fin de determinar los requerimientos financieros.

4.2.1 ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Pérdidas y Ganancias o de resultados es aquel que materializa la naturaleza de los resultados – utilidad o pérdida- generados por la entidad en determinado intervalo de tiempo. Este estado recoge todos los ingresos que genera la empresa, así como los gastos en los que incurrirá la misma durante el período contable.

En el siguiente cuadro se presenta el estado de resultados proyectado para el presente estudio donde se puede observar la utilidad que se generaría desde el primer año de operación, claro está que el primer año es donde menos utilidad se percibe debido a que la empresa será nueva en el mercado, pero con el tiempo se irá estableciendo como ícono del servicio de asesoría tributaria y contable.

CUADRO N° 4.20
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO EN USD

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	82.600,00	94.400,00	106.200,00	118.000,00	129.800,00
Contabilidad de costos	3.500,00	4.000,00	4.500,00	5.000,00	5.500,00
Contabilidad de servicios	11.200,00	12.800,00	14.400,00	16.000,00	17.600,00
Contabilidad comercial	6.300,00	7.200,00	8.100,00	9.000,00	9.900,00
Asesoría tributaria	61.600,00	70.400,00	79.200,00	88.000,00	96.800,00
(-) Costo de producción	41.970,60	44.278,98	46.714,33	49.283,62	51.994,21
Sueldo de producción	41.970,60	44.278,98	46.714,33	49.283,62	51.994,21
(=) Utilidad bruta en ventas	40.629,40	50.121,02	59.485,67	68.716,38	77.805,79
(-) Gastos Administrativos y de ventas	36.712,91	36.712,91	36.712,91	36.712,91	36.712,91
Sueldos administrativos	24.756,60	24.756,60	24.756,60	24.756,60	24.756,60
Servicios básicos	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gasto útiles de oficina	113,60	113,60	113,60	113,60	113,60
Mantenimiento	359,62	359,62	359,62	359,62	359,62
Arriendo	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Gastos de ventas	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Depreciación	2.003,09	2.003,09	2.003,09	2.003,09	2.003,09
Amortización	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
(=) Utilidad Operacional	3.916,49	13.408,11	22.772,77	32.003,48	41.092,88
(-) Gastos financieros	954,95	781,57	589,08	375,37	138,16
Gastos financieros	954,95	781,57	589,08	375,37	138,16
(=) Utilidad antes de 15% PTU	2.961,54	12.626,54	22.183,69	31.628,11	40.954,72
(-) 15 % Participación de trabajadores	444,23	1.893,98	3.327,55	4.744,22	6.143,21
(=) Utilidad Imponible	2.517,31	10.732,56	18.856,14	26.883,89	34.811,51
(-) 24% Impuesto a la Renta	604,15	2.468,49	4.148,35	5.914,46	7.658,53
(=) Utilidad neta	1.913,15	8.264,07	14.707,79	20.969,44	27.152,98
(-) 5% Reserva legal	95,66	413,20	735,39	1.048,47	1.357,65
Utilidad neta del ejercicio	\$ 1.817,50	\$ 7.850,87	\$ 13.972,40	\$ 19.920,96	\$ 25.795,33

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.2.2 FLUJO NETO DE FONDOS

Constituye un soporte fundamental para evaluar la conveniencia económica, mediante la utilización de este informe se provee información importante para los administradores del negocio y surge como una respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

CUADRO N° 4.21
FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS	19.604,61	82.600,00	94.400,00	106.200,00	118.000,00	129.800,00
Ventas		82.600,00	94.400,00	106.200,00	118.000,00	129.800,00
Préstamo a largo plazo	9.802,30					
Capital social	9.802,30					
2. EGRESOS	19.604,61	79.777,08	85.399,55	90.948,33	101.374,62	102.554,05
Activos fijos	10.420,79				4.674,24	
Activos diferidos	2.400,00					
Capital de trabajo	6.783,82					
Sueldo de producción		41.970,60	44.278,98	46.714,33	49.283,62	51.994,21
Servicios básicos		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gasto útiles de oficina		113,60	113,60	113,60	113,60	113,60
Mantenimiento y reparación		359,62	359,62	359,62	359,62	359,62
Arriendo		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Sueldos administrativos		24.756,60	24.756,60	24.756,60	24.756,60	24.756,60
Gastos de ventas		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gastos financieros		954,95	781,57	589,08	375,37	138,16
(-) 15% PTU		444,23	1.893,98	3.327,55	4.744,22	6.143,21
(-) 24% Impuesto a la renta		604,15	2.468,49	4.148,35	5.914,46	7.658,53
(-) Pago capital del préstamo		1.573,32	1.746,71	1.939,20	2.152,91	2.390,12
3.FLUJO NETO (1-2)	0,00	2.822,92	9.000,45	15.251,67	16.625,38	27.245,95
4. SALDO DE CAJA		6.783,82	9.606,74	18.607,19	33.858,86	50.484,24
5. SALDO FINAL DE CAJA	6.783,82	9.606,74	18.607,19	33.858,86	50.484,24	77.730,18

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.2.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general comprende activos, pasivos y patrimonio de la empresa para los diferentes períodos.

El activo para la empresa es aquel integrado por el conjunto de bienes, derechos y valores de su propiedad, el pasivo significa cualquier tipo de obligación que se tenga con terceros y el patrimonio constituye el derecho de los accionistas o propietarios sobre el activo de la empresa.

El patrimonio de la empresa se fortalece anualmente debido a las utilidades que genera la empresa desde el primer año de operaciones, tal como se indica en el estado proforma de resultados. Este elemento hace que se incrementen los derechos de los accionistas sobre el activo, así como las reservas de la institución.

Los activos fijos netos anuales se obtienen al restar de los activos fijos, las depreciaciones que se producen en cada periodo, para el cálculo de los activos diferidos netos, se sigue el mismo procedimiento pero en este caso de los activos diferidos tienen que restarse las amortizaciones.

Cabe anotar que el monto de las depreciaciones varía cada año, puesto que la vida útil de cada bien es diferente, y por consiguiente este gasto tiene relación con los distintos periodos de la empresa.

En el cuadro No. 4.22, se presenta el balance general proforma de la empresa.

CUADRO N° 4.22
“CONTABILITY”
BALANCE GENERAL PROFORMA
(Valores en USD)

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO	\$ 19.604,61	\$ 19.944,44	\$ 26.461,80	\$ 39.230,39	\$ 58.046,92	\$ 82.809,78
Activo corriente	6.783,82	9.606,74	18.607,19	33.858,86	50.484,24	77.730,18
Caja	6.783,82	9.606,74	18.607,19	33.858,86	50.484,24	77.730,18
Activo Fijo	10.420,79	8.417,70	6.414,61	4.411,53	7.082,68	5.079,59
Adecuaciones	800,25	800,25	800,25	800,25	800,25	800,25
Muebles y enseres	3.015,07	3.015,07	3.015,07	3.015,07	3.015,07	3.015,07
Equipo de oficina	1.435,00	1.435,00	1.435,00	1.435,00	1.435,00	1.435,00
Equipos de computación	4.674,24	4.674,24	4.674,24	4.674,24	4.674,24	4.674,24
Imprevistos	496,23	496,23	496,23	496,23	496,23	496,23
(-) Depreciación Acumulada		(2.003,09)	(4.006,17)	(6.009,26)	(3.338,11)	(5.341,20)
Activo diferido	2.400,00	1.920,00	1.440,00	960,00	480,00	0,00
Estudio de prefactibilidad	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Constitución de la compañía (amortización acumulada)	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
		(480,00)	(960,00)	(1.440,00)	(1.920,00)	(2.400,00)
PASIVO	9.802,30	8.228,98	6.482,27	4.543,07	2.390,17	0,00
Pasivo a largo plazo						
Préstamos a largo plazo	9.802,30	8.228,98	6.482,27	4.543,07	2.390,17	0,00
PATRIMONIO	9.802,30	11.715,46	19.979,53	34.687,31	55.656,75	82.809,77
Capital Social	9.802,30	9.802,30	9.802,30	9.802,30	9.802,30	9.802,30
Reserva legal acumulada		95,66	508,86	1.244,25	2.292,72	3.650,37
Resultados de ejercicios anteriores			1.817,50	9.668,36	23.640,76	43.561,72
Utilidad del ejercicio		1.817,50	7.850,87	13.972,40	19.920,96	25.795,37
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 19.604,61	\$ 19.944,44	\$ 26.461,80	\$ 39.230,39	\$ 58.046,92	\$ 82.809,77

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

En esta parte del estudio, considerando información y datos de los capítulos anteriores se procede a realizar un análisis que permita determinar la factibilidad del proyecto, así como establecer la asignación de recursos para la inversión del mismo, además debe agregarse el efecto del financiamiento para considerar el impacto del apalancamiento de la deuda .

Para evaluar el proyecto, se ha tomado en cuenta un costo de oportunidad del 13%. Que es una tasa referencial a ser comparada con la rentabilidad obtenida en la inversión; el proyecto es rentable, si esta última es mayor al costo de oportunidad.

4.3.1 FLUJO DE FONDOS

Representa los valores totales con los que contaría anualmente el proyecto durante su vida útil; se debe considerar los ingresos y costos de producción reales.

El flujo en el año cero es negativo, pero a partir del año cero en adelante se convierte en positivo, esto se debe a que el total de las inversiones se realizan en dicho año, como se puede observar en el cuadro No. 4.23

CUADRO N° 4.23
FLUJO DEL PROYECTO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	19.604,61					
Inversión propia	9.802,30				4.674,24	
Inversión financiada	9.802,30					
Ingresos por ventas		82.600,00	94.400,00	106.200,00	118.000,00	129.800,00
(-) Costo de producción		41.970,60	44.278,98	46.714,33	49.283,62	51.994,21
Margen de contribución		40.629,40	50.121,02	59.485,67	64.042,14	77.805,79
(-) Gastos de Administración y ventas		34.229,82	34.229,82	34.229,82	34.229,82	34.229,82
(-) Intereses del préstamo		954,95	781,57	589,08	375,37	138,16
Utilidad antes de depreciación		5.444,63	15.109,63	24.666,78	29.436,96	43.437,81
(-) Depreciación		2.003,09	2.003,09	2.003,09	2.003,09	2.003,09
(-) Amortización		480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Utilidad antes de impuestos		2.961,54	12.626,54	22.183,69	26.953,87	40.954,72
(-) 15% PTU		444,23	1.893,98	3.327,55	4.744,22	6.143,21
(-) 24% Impuesto a la renta		604,15	2.468,49	4.148,35	5.914,46	7.658,53
(-) 10% Reserva legal		95,66	413,20	735,39	1.048,47	1.357,65
Utilidad después de impuestos		1.817,50	7.850,87	13.972,40	15.246,72	25.795,33
(+) Depreciación		2.003,09	2.003,09	2.003,09	2.003,09	2.003,09
(+) Amortización		480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
(+) 5% Reserva legal		95,66	413,20	735,39	1.048,47	1.357,65
(-) Pago capital de préstamo		1.573,32	1.746,71	1.939,20	2.152,91	2.390,12
Flujo neto de operación	-\$ 9.802,30	\$ 2.822,92	\$ 9.000,45	\$ 15.251,67	\$ 16.625,38	\$ 27.245,95

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

4.3.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

La determinación de la tasa de descuento se crea para aquellos proyectos de inversión a largo plazo cuyos rendimientos son futuros, estos podrán determinar el valor actual y compararlos con la inversión inicial.

Los inversionistas deberán tomar decisiones relativas a la ejecución del proyecto, exigiendo que la inversión rinda en una tasa igual al gasto promedio ponderado de las fuentes de financiamiento; éstas pueden ser de los inversionistas y de las instituciones de

crédito, cualquiera que sea la forma de aportar cada uno de los participantes tendrá un costo asociado al capital aportado y la empresa formada asumirá un costo de capital propio.

Para determinar la tasa de descuento del proyecto de inversión, hay que determinar la tasa mínima aceptable de rentabilidad denominada (TMAR), que para el caso debe ser atractiva para el inversionista.

Posee dos componentes que son:

- Costo de capital
- Nivel de riesgo

La tasa de nivel de riesgo es de difícil cálculo, ya que no se tienen datos objetivos y verificables del comportamiento de cada sector económico al que pertenece a cada proyecto, por lo que se ha asumido como medida práctica, que el inversionista por lo menos tiene una expectativa de que su dinero se mantenga intacto en el tiempo, así ante la dificultad de definir la tasa de inflación global proyectada, que permita calcular la TMAR de los accionistas, alternativamente, se utilizará la tasa de interés que cobra el banco por el préstamo, más el premio al riesgo.

$$\text{TMAR} = \text{Costo de capital} + \text{premio al riesgo}$$

COSTO DE CAPITAL	10,50%
RIESGO PAÍS	8,94% ²⁰
(=) TMAR	19,44%

²⁰Fuente: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais Tema: Riesgo país a octubre del 211

Para finalizar es necesario calcular el denominado Costo Promedio Ponderado de Capital, que es la combinación de las dos tasas anteriores y están especificadas en la siguiente tabla:

CUADRO N° 4.24
COSTO PONDERADO DE CAPITAL

Detalle	Valor	%	TMAR	Total
Capital propio	9.802,30	50%	19,44%	9,72%
Préstamo Bancario	9.802,30	50%	10,50%	5,25%
TOTAL	19.604,61	100%		14,97%

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

La tasa mínima aceptable de rendimiento del capital total sobre los \$ 19.604,61 resultó ser del 14.97%.

4.3.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

4.3.2.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) resulta de la diferencia entre todos los ingresos y egresos en los que incurre el proyecto, actualizados o descontados a una tasa determinada que se fija de acuerdo a las condiciones del mercado; es decir que el flujo de fondos neto al descontarse a una cierta tasa origina el flujo de fondos descontados, cuya sumatoria nos da como resultado el valor actual neto.

En este caso la tasa de descuento se ha fijado en el 14,97%, puesto que es una demanda moderada que se requeriría al efectuar una inversión.

Fórmula de cálculo:
$$\sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+i)^t}$$

Donde:

V_t = representa los flujos de caja en cada periodo n .

t = es el período correspondiente del flujo

n = es el número de períodos considerado.

i = tasa de descuento

El VAN alcanza un valor positivo bastante alto que es de USD 22.775,28; cuyo cálculo se puede apreciar en el cuadro No. 4.25

CUADRO N° 4.25
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

Años	Flujos futuros	Flujos Futuros acumulados	Flujos netos
0	(19.604,61)		(19.604,61)
1	2.822,92	2.822,92	2.455,35
2	9.000,45	11.823,37	6.809,19
3	15.251,67	27.075,04	10.036,07
4	16.625,38	43.700,42	9.515,54
5	27.245,95	70.946,36	13.563,73
		VAN	22.775,28

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Lo que se pretende a través de este análisis es considerar el valor del dinero a través del tiempo.

4.3.2.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es el rendimiento real de la inversión o la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; esta es la base de comparación para la evaluación del proyecto, lo que permite en cierta forma la toma de decisiones de la inversión en la empresa.

Por lo tanto, el objetivo es encontrar el porcentaje de rendimiento que igualará el valor actual neto de todos los flujos efectivos futuros con la inversión inicial; es decir, la tasa con la cual el VAN sea igual a cero.

El proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la tasa de interés que se habría obtenido de otras alternativas de inversión. Con la ayuda de la fórmula (=TIR) de Excel se determina que el proyecto tiene una TIR del 44,16%, que supera el costo de oportunidad del 14.97%, por lo que se puede manifestar que es un proyecto que garantiza su rentabilidad.

"Cuando la TIR es superior al costo de oportunidad, garantiza que el proyecto genera mayor rentabilidad que una inversión alternativa."

4.3.2.3 Período de recuperación de la inversión

Es un método tradicional de evaluación, permitiendo determinar el número de períodos que se requieren para recuperar la inversión total desde que se pone en marcha un proyecto.

Cuando el flujo de fondos neto no es el mismo en cada período, el cálculo se realiza determinando mediante suma acumulada el número de períodos necesarios para recuperar la inversión. A continuación, se indica que la inversión se recupera en el segundo año de operación.

Inversión Inicial	(19.604,61)
(+) Flujo año 1	2.797,75
Saldo	(16.806,86)
(+) Flujo acum. año 2	11.583,54
Saldo	(5.223,32)
(+) Flujo acum. año 3	26.269,53
Saldo	21.046,21

Según los flujos del presente proyecto la inversión se recupera entre el segundo período de operatividad, más exactamente, la inversión se recupera en 2 años, 2 mes y 4 días.

4.3.2.4 Relación Beneficio / Costo

La relación beneficio costo, indica la utilidad que se lograría con el costo que representa la inversión, es decir por cada unidad de costo cuánto se recibe de beneficio.

Para el cálculo de ésta relación se aplicará la siguiente fórmula donde al igual que el VAN se tiene que aplicar la tasa de descuento, pero ésta vez a los ingresos y egresos. Y

Fórmula:

$$RBC = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{Yt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{Et}{(1+i)^t}}$$

Dónde:

Y = ingresos

E = egresos

t = es el período correspondiente del flujo

n = es el número de períodos considerado.

i = tasa de descuento

CUADRO N° 4.26
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Años	Ingresos	Inversiones	Egresos	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0		19.604,61			19.604,61
1	82.600,00		78.683,51	71.844,83	68.438,29
2	94.400,00		80.991,89	71.417,22	61.273,47
3	106.200,00		83.427,23	69.882,90	54.897,71
4	118.000,00		85.996,52	67.537,33	49.220,13
5	129.800,00		88.707,12	64.617,78	44.160,69
TOTAL				345.300,06	297.594,90

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{345.300,06}{297.594,90}$$

RBC= 1,16

Se calcula el valor actualizado del flujo de ingresos y se divide para el valor actualizado del flujo de costos. Para descontar los flujos es conveniente hacerlo a la tasa de descuento fijada para el cálculo del VAN y que para este proyecto es del 14.97%.

Significa que si el resultado de esta relación es mayor a uno, lo que se conseguiría serían beneficios; en caso de ser menor a uno la inversión en el proyecto no se justifica. Si la relación es igual a uno, quiere decir que la tasa de descuento es igual a la tasa de rendimiento de la inversión.

En el cuadro N° 4.26, se presenta que la relación beneficio costo de este proyecto es de 1,16 (mayor a uno), lo que indica que es bastante rentable; es decir que por cada dólar que se invierta se recupera 0,16 dólares adicionales.

4.3.2.5 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cómo o cuánto se afecta los parámetros de evaluación ante cambios de determinadas variables del proyecto como: precio de venta, volumen de ventas, sueldos y salarios. El Análisis de Sensibilidad se encamina en supuestos y escenarios que pueden afectar o modificar estas variables.

CUADRO N° 4.27
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Variables	TIR	VAN	PRI	RBC	Resultado
Precio de venta (-10%)	20,05%	3.847,07	3 años, 5 m, 4 d	1,05	muy sensible
Volumen de ventas (-5%)	34,93%	15.577,13	3 años, 3 m, 9 d	1,11	sensible
Sueldos y salarios (+10%)	40,65%	20.434,40	2 años, 2 m, 12 d	1,14	poco sensible

Elaborado por: Rolando Martín Acosta Bedón

Analizando la sensibilidad del proyecto se obtuvo una disminución en los indicadores, pero a pesar de esto mantenemos índices positivos y rentables para el proyecto, lo que concluye que la empresa puede soportar la disminución del volumen de ventas, una baja del precio de venta, y un incremento de sueldos y salarios. Todos los valores obtenidos en este análisis presentan índices viables para la ejecución de este proyecto.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

De los análisis de crecimiento de las personas naturales y empresas en la ciudad de Ibarra, existe un crecimiento entre 17% y el 20% anual, lo que prevé una demanda insatisfecha en aumento y por ende un nicho de mercado más amplio para el desenvolvimiento de la empresa.

El proceso de asesoría no sólo se aplica a los sistemas de producción, sino que abarca la mayoría de las áreas de la empresa tales como:

- Los sistemas financieros
- Los sistemas contables
- Actividades de mercadotecnia
- Área de recursos humanos
- Sistemas administrativos.
- Actividades secundarias.
- Computación personal y la automatización de oficinas.
- Capacitación y desarrollo profesional

Según los análisis de la encuestas, se observa una elevada desinformación por parte de las personas que manejan un negocio sea micro, pequeño o mediano; sobre los beneficios de un sistema contable que le permita mantener un ordenado registro de sus actividades y sobre todo le permita tomar acertadas decisiones financieras en un futuro.

Una vez realizados los pronósticos de oferta y demanda, se logró determinar que existe un cierto número de empresas que no han sido atendidas por ninguna otra empresa, lo que demuestra que existe espacio para implementar la nueva empresa.

La estrategia a utilizar en las operaciones de la empresa, está enfocada en un servicio totalmente diferenciado, es decir, que pueda ser distinguido claramente por el segmento seleccionado.

Los indicadores financieros, una vez diseñado el modelo de negocio que contiene toda la información presupuestaria, reflejaron que el proyecto es viable. Se obtuvo un VAN de \$22.775,28; una TIR 44,16%, un P.R.I. de 2 años, 2 meses y 4 días y una RB/C de 1.16, con una inversión de \$ 19.604,61, la cual será financiada 50% con recursos propios y 50% con recursos de la Corporación Financiera Nacional.

La empresa estará conformada por los niveles jerárquicos, administrativo -operativo con una interrelación administrativa que permitirá óptimos índices de rendimiento.

5.2 RECOMENDACIONES

Resulta imprescindible concientizar a las personas y empresas que un adecuado manejo y control de las actividades económicas de un ente puede llevar a una exitosa y satisfactoria gestión empresarial y que la falta de éste puede llevar a múltiples fracasos y pérdidas económicas frenando el desarrollo económico del país.

El gobierno y los organismos empresariales deben apoyar a las micro empresarios ya estas son el eje de las economías de los países. El principal incentivo deberá realizarse a través de la facilidad de acceso a créditos de IFFS.

Es necesario que las empresas y personas que desarrollan una actividad económica mejoren sus índices de productividad a través de una adecuada capacitación del personal.

Las empresas y profesionales que se dedican ofrecer servicios de consultoría, deben manejar precios accesibles para todas las empresas ecuatorianas puedan tener acceso al servicio, con el afán mejorar su productividad optimizando la eficiencia de sus procesos.

Es recomendable analizar el costo beneficio antes de tomar una decisión de tercerizar cualquier área de la empresa. El resultado debe ser favorable en sentido que, la tercerización debe ahorrar costos comparándola con la administración propia.

Todos los servicios que ofrecerá la empresa deben estar sujetos a, innovación, debido a que las tendencias del mercado se encuentran en constante evolución.

Se deben seguir las estrategias planteadas en el presente proyecto a fin de captar la demanda insatisfecha pronosticada con base a métodos estadísticos. Estas estrategias deberán ser monitoreadas a través de indicadores de gestión para el control estratégico.

Es necesario, desarrollar herramientas de capacitación para que las empresas ecuatorianas puedan conocer los distintos servicios, a fin de promocionarlo y poder aumentar la participación de mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- ROSILLO C. Jorge, "Formulación y evaluación de inversión para empresas manufactureras y de servicios", Cengage Learning, Colombia, 2008, p 30
- BERNAL N. Mireya, "Contabilidad, sistema y gerencia", CEC SA, Venezuela, 2004, p 27
- WARREN S. Carl, REEVE M. James y FESS E. Philips,, "Contabilidad financiera", Thompson, México, 2005, p 231
- BOULANGER J. Francisco, "Costos Industriales", Editorial Tecnológica de Costa Rica, Costa Rica, 2007, p 151
- CABANELLAS Guillermo, "Diccionario Jurídico Elemental", Editorial Heliasta, Argentina, 1998, p304
- GALINDO J. Luis, "Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación", Pearson educación de México, México, 1998, p 48
- VISCENCIO B. Héctor, "Economía para la toma de decisiones", Thomson, México, 2002, p 15
- Irwin MILLER y John E. FREUND, "Probabilidad y Estadística para Ingenieros", Editorial Reverté S.A., Barcelona, p 210
- SPENCER H. Milton, "Economía contemporánea", Editorial Reverte S.A., España, 1993, p 35
- CHAIN S. Nassir, "PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación", Pearson Education, México, 2007, p 95
- CHAIN S. Nassir, "PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación", Pearson Education, México, 2007, p 95

- Ley de compañías, Artículo N° 92, Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), “Guía para la presentación de proyectos”, Siglo XXI Editores, México, p 121
- ZAPATA Pedro, “Contabilidad General”, 2da edición, Mc Graw Hill, Colombia, 1996, p 122
- AMAT Oriol, “Análisis Económico - Financiero”, 20^{va} edición, Ediciones Gestión 2000, Barcelona, 2008, p 75.

ANEXOS

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO

BENEFICIARIO	contAbility			
INSTIT. FINANCIERA	CFN			
MONTO EN USD	9.802,30			
TASA DE INTERES	10,50%		T. EFECTIVA	11,0203%
PLAZO	5	años		
GRACIA	0	años		
FECHA DE INICIO	17/01/2012			
MONEDA	DOLARES			
AMORTIZACION CADA	30	días		
Número de períodos	60	para amortizar capital		

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		9.802,30			
1	16-feb-2012	9.677,38	85,77	124,92	210,69
2	17-mar-2012	9.551,37	84,68	126,01	210,69
3	16-abr-2012	9.424,26	83,57	127,12	210,69
4	16-may-2012	9.296,03	82,46	128,23	210,69
5	15-jun-2012	9.166,68	81,34	129,35	210,69
6	15-jul-2012	9.036,20	80,21	130,48	210,69
7	14-ago-2012	8.904,58	79,07	131,62	210,69
8	13-sep-2012	8.771,80	77,92	132,77	210,69
9	13-oct-2012	8.637,86	76,75	133,94	210,69
10	12-nov-2012	8.502,76	75,58	135,11	210,69
11	12-dic-2012	8.366,47	74,40	136,29	210,69
12	11-ene-2013	8.228,98	73,21	137,48	210,69
13	10-feb-2013	8.090,30	72,00	138,69	210,69
14	12-mar-2013	7.950,40	70,79	139,90	210,69
15	11-abr-2013	7.809,27	69,57	141,12	210,69
16	11-may-2013	7.666,91	68,33	142,36	210,69
17	10-jun-2013	7.523,31	67,09	143,60	210,69
18	10-jul-2013	7.378,45	65,83	144,86	210,69
19	09-ago-2013	7.232,32	64,56	146,13	210,69
20	08-sep-2013	7.084,91	63,28	147,41	210,69
21	08-oct-2013	6.936,22	61,99	148,70	210,69
22	07-nov-2013	6.786,22	60,69	150,00	210,69
23	07-dic-2013	6.634,91	59,38	151,31	210,69
24	06-ene-2014	6.482,27	58,06	152,63	210,69
25	05-feb-2014	6.328,30	56,72	153,97	210,69
26	07-mar-2014	6.172,99	55,37	155,32	210,69
27	06-abr-2014	6.016,31	54,01	156,68	210,69
28	06-may-2014	5.858,26	52,64	158,05	210,69
29	05-jun-2014	5.698,83	51,26	159,43	210,69
30	05-jul-2014	5.538,01	49,86	160,82	210,69
31	04-ago-2014	5.375,78	48,46	162,23	210,69

32	03-sep-2014	5.212,13	47,04	163,65	210,69
33	03-oct-2014	5.047,04	45,61	165,08	210,69
34	02-nov-2014	4.880,51	44,16	166,53	210,69
35	02-dic-2014	4.712,53	42,70	167,99	210,69
36	01-ene-2015	4.543,07	41,23	169,46	210,69
37	31-ene-2015	4.372,14	39,75	170,94	210,69
38	02-mar-2015	4.199,70	38,26	172,43	210,69
39	01-abr-2015	4.025,76	36,75	173,94	210,69
40	01-may-2015	3.850,29	35,23	175,46	210,69
41	31-may-2015	3.673,30	33,69	177,00	210,69
42	30-jun-2015	3.494,75	32,14	178,55	210,69
43	30-jul-2015	3.314,64	30,58	180,11	210,69
44	29-ago-2015	3.132,95	29,00	181,69	210,69
45	28-sep-2015	2.949,67	27,41	183,28	210,69
46	28-oct-2015	2.764,79	25,81	184,88	210,69
47	27-nov-2015	2.578,30	24,19	186,50	210,69
48	27-dic-2015	2.390,17	22,56	188,13	210,69
49	26-ene-2016	2.200,39	20,91	189,78	210,69
50	25-feb-2016	2.008,95	19,25	191,44	210,69
51	26-mar-2016	1.815,84	17,58	193,11	210,69
52	25-abr-2016	1.621,04	15,89	194,80	210,69
53	25-may-2016	1.424,54	14,18	196,51	210,69
54	24-jun-2016	1.226,31	12,46	198,23	210,69
55	24-jul-2016	1.026,35	10,73	199,96	210,69
56	23-ago-2016	824,64	8,98	201,71	210,69
57	22-sep-2016	621,17	7,22	203,47	210,69
58	22-oct-2016	417,69	5,44	205,25	210,69
59	21-nov-2016	212,44	3,65	207,03	210,69
60	21-dic-2016	5,40	1,86	208,83	210,69

2.839,13

9.802,26

12.641,38

MUEBLES DECORACION

Dirección: Pedro Moncayo y Chica Narváez (esquina)

Telef: 2542056 o 080682970 Ibarra-Ecuador

RUC: 1001294378001



PROFORMA DE MUEBLES

CLIENTE: Martin Acosta

RUC: 100300954-3

Fecha: Ibarra 22-11-2011

Dirección: Luis Dávila 3-33

Teléfono: 2605-015

PRECIO DE CONTADO

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
2	Sillones de 2 puestos	180	360
1	Sillón de 1 puesto	120	120
1	Mesa central	60	60
	Nuestros precios no incluyen IVA por calificación Artesanal.	SUBTOTAL IVA 0% IVA 12%	540
		TOTAL	540

MUEBLES DECORACIÓN
LIGIA TRUJILLO
RUC: 1001294378001
IBARRA - ECUADOR


PROPIETARIA
LIGIA TRUJILLO



Cotización

El presente documento no constituye comprobante de pago



Fecha: 22/11/2011 Nombre: Sr. Martin Acosta
 Dirección: Luis Davila 333
 Telf. oficina: _____ Telf. casa: 2605015
 Cédula: 1003009543 Crédito Contado Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
1	CD LG 32"	500.00	
	+ Soporte de pared	19.00	
	+ DVD + Vajilla	100.00	619.00
Vendedor: <u>Wilmer Delgado</u> Almacén: _____ Vigencia: <u>Cel: 093297707</u>		MATECA Total ^{1.} <u>619.00</u> LG Inicial ^{2.} _____ Saldo a financiar ^{3.(1-2)} _____ Interés ^{4.} _____ Cuotas _____ Total a pagar ⁽²⁺³⁺⁴⁾ <u>619.00</u>	



regalos en todas tus compras

PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO





WORLD COMPUTERS
Por Inversión Inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES
 RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución Nº466 / NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señores: Sr. Rolando Acosta Bedón
 Atentamente:
 Teléfono: 2 605 015 / 084 081 314
 Dirección: Ibarra
 Fecha / Envío: 22 de Noviembre 2011

PROFORMA

Contacto: Esteban Maldonado / Asesor Comercial / Celular: 092 037 404
 / mail: cestebanm@hotmail.es

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
7	Computador Oficina Case Combo : Teclado,mouse,parlantes 120w Mainboard Bio G41 D3E DDR3 Procesador Intel Dual Core 3.0 Ghz Dimm 2 Gb DDR3 Kingston/ Corsair Disco duro 500 S ATA DVD WR. 20x/22x Lector Multi Card Sonny 3.5" Interno Monitor 18.5/19" LCD LG/SAM/AOC/BENQ Regulador Forza 1000 Pad Mouse Cobertor normal GARANTIA: 3 Años Procesador / Memoria 1 Año Componentes adicionales	472,32	3306,24
		Subtotal	3.306,24
		IVA 12%	396,75
7043		Total	3.702,99

La Garantía y Confianza es lo más importante...
ESTAMOS A SU SERVICIO



WORLD COMPUTERS
 Por Inversión Inteligente

f. _____

FIRMA AUTORIZADA

21 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 / Telefax 2 643_036



WORLD COMPUTERS
Su Innovación Inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: NORMA Y OLANDA CORDOVA PALADINES
RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución NP466 / NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señor: **Sr. Rolando Acosta Bedón**

Apartamento:

Teléfono: 2 605 015 / 044 041 214

Dirección: Itama

Fecha / Envío: 22 de Noviembre 2015

PROFORMA

Contacto: Esteban Maldonado / Asesor Comercial / Celular: 092 037 404

/ mail: estebanm@hotmail.es

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Not. HP 435 AMD DC/2GB/500/W75+Obsequ		568,00
1	Multifuncion Samsung SCX4623F		200,00
1	TV LED 32" Samsung /LG + 350114		763,00
1	Proyector LG 274 2700 lumenes		591,00
 <p>Pagos de Contado Pagos Incluyen 12% IVA</p>			
		Subtotal	
		IVA 12%	
0210		Total	

La Garantía y Confianza es lo más importante...

ESTAMOS A SU SERVICIO



WORLD COMPUTERS

F. _____

FIRMA AUTORIZADA

21 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2605-010 / 2 640-333 / 2950-005 / 2 640-444 / Telefex: 2 643_038

LINEA NUEVA

m o b i l i a r i o C l a . L t d a .

PROFORMA
N°01615

RUC:1091734547001

Ibarra, 22 DE NOVIEMBRE DE 2011

Cliente: **ROLANDO MARTÍN ACOSTA BEDÓN**

Dirección: **LUIS DÁVILA #333**

TELF: 2806015

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
7	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "BIG ECO" Elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.60cm con "L", Contiene 1 Faldón en Melamínico, 1 Placa Lateral, 1 Base Mixta (Metal y Melamínico) (1) Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las 3 gavetas, (1) Porta Teclado de Riel, (1) Porta CPU con 4 resbalones niquelados, (1) Pasacable Redondo de plástico.	196.43	1,375.00
7	SILLAS SECRETARIAS NEUMÁTICAS, S/Brazos, Sistema de Regulación de altura, base 5 puntas con Garruchas Plásticas. Tapiz Cuerina.	58.04	406.25
7	SILLAS VISITA APILABLE MODELO "ERGO" (Sensa) Estructura en tubo redondo 7/8 x 1,2mm, Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada Su Asiento y Espaldar son Anatómicos y está provistos de tuercas Tem. Tapiz Cuerina Negra. Sin Brazos.	33.04	231.25
4	ARCHIVADOR METÁLICO DE 3 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las tres gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada. color Negro.	156.25	625.00
1	SILLÓN DE ESPERA TRIPERSONAL Modelo "NEW CIMA", s/brazos. Estructura Metálica Acabados en Pintura electroestática y Texturizada Con Niveladores de Piso Tapiz Cuerina.		187.50
1	SILLÓN DE ESPERA BIPERSONAL Modelo "NEW CIMA", s/brazos,		151.79
1	LIBRERO abierto elaborado en melamínico Tamaño 1.50*0.60cm.		62.50
Tiempo de Entrega: 15 Días Laborables		Subtotal \$	3,039.29
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	364.71
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	3,404.00

LINEA NUEVA
m o b i l i a r i o C l a . L t d a .
RUC: 1091734547001
Entregué Conforme
Irene Játiva

Recibí Conforme