

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA UBICADA EN
EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

**AUTORAS:
INÉS CAROLINA SANTAFÉ SALAZAR
ANA BELÉN MONTA GANCHALA**

**DIRECTOR:
EDWIN RAMIRO HARO HARO**

QUITO, febrero del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotras, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, febrero del 2015

Inés Carolina Santafé Salazar
C.I.:1719636175

Ana Belén Monta Ganchala
C.I.: 1723568562

DEDICATORIA

Este trabajo final de grado, lo dedicamos principalmente a Dios, por ser nuestra guía, por ser fuerza y sabiduría, por guiar nuestro caminar y por bendecir todas las acciones de nuestra vida.

De igual manera dedicamos a nuestros padres, que con su amor, sabiduría y esfuerzo han contribuido en la culminación del proyecto.

A nuestra familia por su guía, por el amor incondicional, por el apoyo y la fuerza; por brindarnos ánimo para culminar la carrera.

Inés Carolina Santafé Salazar

Ana Belén Monta Ganchala

AGRADECIMIENTO

Al finalizar la carrera de Contabilidad y Auditoría y sobre todo al terminar el trabajo final de grado, previo a la obtención de nuestro título universitario, agradecemos profundamente a nuestra Universidad Politécnica Salesiana, por abrirnos las puertas para continuar nuestros estudios de tercer nivel, por inculcar en los jóvenes no solamente ciencia sino también conciencia y valores humanos.

A todos quienes de una u otra manera siempre aportaron a nuestra formación, profesores que nos prepararon para la vida y personas a quienes pudimos llamar amigos, aquellos que nos alegraron el alma durante el transcurso de nuestra vida universitaria.

Inés Carolina Santafé Salazar

Ana Belén Monta Ganchala

RESUMEN

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la asesoría contable y tributaria ubicada en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito”

Este estudio fue desarrollado una vez que se realizó una investigación de las necesidades de las personas naturales y jurídicas que realizan actividades económicas en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito en asuntos relacionados con la administración eficiente de impuestos y políticas contables. Este proyecto está orientado a reducir el número de multas y sanciones impuestas por los organismos de control debido a la falta de cumplimiento oportuno con las obligaciones tributarias y contables.

Con el fin de determinar la viabilidad del proyecto se analizaron cuatro aspectos fundamentales. El primer aspecto analizado fue el estudio de mercado, donde se evidenció que existe suficiente demanda insatisfecha para el servicio de asesoría contable y tributaria en el sector donde operará la empresa, por lo tanto, existirá aceptación y demanda para el servicio ofertado. En el estudio técnico se analizó la capacidad operativa del proyecto y la disponibilidad de recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros necesarios para ofrecer el servicio de asesoría a los clientes, concluyendo que no existe ningún impedimento de carácter técnico para ejecutar el proyecto.

En cuanto al estudio organizacional, se pudo identificar los trámites legales que deben llevarse a cabo para constituir la empresa así como la base filosófica y administrativa que servirá como guía para la administración eficiente del negocio.

Finalmente, el estudio financiero parte del análisis presupuestario de costos y gastos en los que se incurre para desarrollar el proyecto, además de un análisis de los ingresos esperados por la comercialización de cada tipo de servicio ofertado. Este estudio confirma que el proyecto generará rentabilidad para los inversionistas durante el periodo de tiempo establecido inicialmente de 5 años.

ABSTRACT

"Feasibility study for the creation of a company dedicated to the accounting and tax consultancy located in the northern part of the Metropolitan District of Quito"

This study was developed one time a survey of the needs of individuals and entities engaged in economic activities in the Northern Sector of the Metropolitan District of Quito on issues related to the efficient administration of taxes and accounting policies are made. This project aims to reduce the number of fines and penalties imposed by agencies of control due to lack of timely compliance with the tax and accounting obligations.

In order to determine the viability of the project analyzed four key aspects. The first aspect analyzed was the market research, where it was shown that there is sufficient unmet demand for service accounting and tax advice in the area where the business will operate, therefore, there will be acceptance and demand for the service offered. In the technical study we analyzed the operational capacity of the project and the availability of human, technological, material and financial resources to provide counseling service to customers is analyzed, concluding that there is no technical impediment to implement the project. Regarding organizational study could identify the legal formalities to be carried out to establish the company as well as the philosophical and administrative foundation that will serve as a guide for the efficient administration of the business.

Finally, the financial study begins with budget analysis of the costs and expenses incurred to develop the project, and an analysis of the expected revenue from the sale of each type of service offered. This study confirms that the project will generate returns for investors during the time period initially established 5 years.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
ESTUDIO DE MERCADO	4
1.1 Introducción.....	4
1.2 Objetivos del estudio de mercado	4
1.3 El mercado.....	5
1.3.1 Tipos de mercados.....	6
1.3.2 Tipos de investigación de mercados.....	6
1.4 Identificación del servicio	7
1.4.1 Definición de servicio.....	7
1.4.2 Características de un servicio	8
1.4.3 Servicio del proyecto: asesoría contable y tributaria.....	8
1.5 Investigación de campo	10
1.5.1 Segmentación	10
1.5.2 Universo	14
1.5.3 Muestreo.....	16
1.6. Técnicas y herramientas de investigación	17
1.6.1 Técnicas de investigación.....	17
1.6.2 Herramientas de investigación	17
1.6.3 Tabulación de datos	18
1.7. Demanda.....	29
1.7.1 Factores que afectan la demanda.....	29
1.7.2 Determinación de la demanda actual.....	29
1.7.3 Análisis de la demanda proyectada	30
1.8 Oferta.....	32
1.8.1 Factores que afectan la oferta	32
1.8.2 Determinación de la oferta actual.....	33
1.8.3 Análisis de la oferta proyectada	34
1.8.4 Demanda insatisfecha.....	35
1.8.5 Oferta del proyecto	36
1.9 Marketing mix	36

1.9.1 Producto (Servicio).....	37
1.9.2 Precio.....	39
1.9.3 Plaza.....	42
1.9.4 Promoción.....	43
CAPÍTULO 2	
ESTUDIO TÉCNICO	48
2.1 Tamaño del proyecto.....	48
2.1.1 Factores determinantes del tamaño.....	49
2.1.2 Optimización del tamaño.....	56
2.1.3 Definición de las capacidades de producción.....	57
2.2 Localización del proyecto.....	58
2.2.1 Macro localización.....	59
2.2.2 Micro localización.....	59
2.2.3 Matriz de localización.....	62
2.3 Ingeniería del proyecto.....	65
2.3.1 Procesos de las actividades del proyecto.....	65
2.3.2 Determinación de las inversiones.....	68
2.3.3 Distribución física de la empresa.....	70
2.3.4 Calendario de ejecución del proyecto.....	72
CAPÍTULO 3	
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	73
3.1 Base legal.....	73
3.2 Constitución de la empresa.....	75
3.2.1 Trámites legales de constitución.....	75
3.2.2 Identificación de la empresa.....	79
3.3 Filosofía empresarial.....	80
3.3.1 Misión.....	80
3.3.2 Visión.....	81
3.3.3 Objetivos estratégicos.....	81
3.3.4 Principios y valores institucionales.....	82
3.3.5 Análisis FODA.....	84
3.4 La organización.....	86
3.4.1 Estructura orgánica.....	86
3.4.2 Organigrama estructural.....	86

3.4.3 Organigrama funcional	87
3.4.4 Objetivos estratégicos del proyecto.....	88

CAPÍTULO 4

ESTUDIO FINANCIERO	90
4.1 Objetivos del estudio financiero	90
4.2 Plan de inversión inicial	90
4.2.1 Inversión en bienes tangibles	91
4.2.2 Inversión en bienes intangibles	91
4.2.3 Gastos operacionales	91
4.2.4 Gastos no operacionales	96
4.2.5 Capital de trabajo.....	96
4.2.6 Resumen inversión inicial	97
4.3 Estructura de financiamiento.....	97
4.3.1 Amortización del préstamo	98
4.3.2 Amortización gradual	98
4.3.3 Desarrollo tabla de amortización.....	99
4.3.4 Fuentes y usos	101
4.4 Proceso de fijación de precios	102
4.4.1 Definición del enfoque de la fijación de precios.....	102
4.4.2 Determinación de la oferta y la demanda del servicio	102
4.4.3 Análisis de costos	103
4.4.4 Estudio de la competencia.....	105
4.4.5 Fijación del precio de venta final	106
4.5 Número de servicios anuales según oferta del proyecto	109
4.6 Presupuestos	109
4.6.1 Presupuesto de costos	110
4.6.2 Presupuesto de costos y gastos	111
4.6.3 Presupuesto de ingresos.....	112
4.7 Punto de equilibrio	112
4.7.1 Proceso de determinación de punto de equilibrio.....	113
4.7.1.1 Distribución de costos y gastos por servicio	113
4.7.2.1 Punto de equilibrio de asesoría contable	114
4.7.2.2 Punto de equilibrio de asesoría tributaria	117
4.7.2.3 Punto de equilibrio de asesoría integral	119

4.7.2.4 Punto de equilibrio de declaración de impuestos	122
4.7.2.5 Punto de equilibrio de validación de anexos	124
4.8 Estados financieros proyectados.....	127
4.8.1 Estado de resultados	127
4.8.2 Flujo neto de caja	129
4.8.3 Balance general	129
4.9 Evaluación financiera	131
4.9.1 Flujo de fondos	131
4.9.2 Criterios de evaluación	132
4.10 Índices financieros.....	139
4.10.1 Índices de apalancamiento.....	140
4.10.2 Índices de rentabilidad.....	141
CONCLUSIONES	144
RECOMENDACIONES	146
LISTA DE REFERENCIAS.....	147

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Descripción del servicio ofertado.....	9
Tabla 2.	Número de empresas por cantones de Pichincha.....	11
Tabla 3.	Segmentación por categoría del cliente.....	12
Tabla 4.	Empresas en el Cantón Quito.....	12
Tabla 5.	Variables de segmentación.....	14
Tabla 6.	Prueba piloto.....	15
Tabla 7.	Encuesta – pregunta 1.....	19
Tabla 8.	Encuesta – pregunta 2.....	20
Tabla 9.	Encuesta – pregunta 3.....	21
Tabla 10.	Encuesta – pregunta 4.....	22
Tabla 11.	Encuesta – pregunta 5.....	23
Tabla 12.	Encuesta – pregunta 6.....	24
Tabla 13.	Encuesta – pregunta 7.....	25
Tabla 14.	Encuesta – pregunta 8.....	26
Tabla 15.	Encuesta – pregunta 9.....	27
Tabla 16.	Encuesta – pregunta 10.....	28
Tabla 17.	Datos históricos de las empresas.....	29
Tabla 18.	Demanda actual.....	31
Tabla 19.	Proyección de la demanda	32
Tabla 20.	Oferta atendida por la competencia.....	33
Tabla 21.	Datos históricos oferta.....	33
Tabla 22.	Oferta actual.....	34
Tabla 23.	Oferta proyectada.....	35
Tabla 24.	Demanda insatisfecha.....	36
Tabla 25.	Oferta del proyecto.....	36
Tabla 26.	Medios, soportes y formas publicitarias.....	45
Tabla 27.	Costos de publicidad por medios de comunicación.....	46
Tabla 28.	Costos publicidad impresa.....	47
Tabla 29.	Crédito entidades financieras.....	51
Tabla 30.	Disponibilidad de recursos humanos.....	52
Tabla 31.	Disponibilidad de recursos tecnológicos.....	55

Tabla 32. Disponibilidad de insumos.....	56
Tabla 33. Capacidad ideal.....	58
Tabla 34. Capacidad real.....	58
Tabla 35. Matriz localización cualitativa.....	63
Tabla 36. Matriz localización cuantitativa.....	63
Tabla 37. Recursos tecnológicos.....	68
Tabla 38. Mobiliarios.....	69
Tabla 39. Insumos y servicios varios.....	70
Tabla 40. Recursos humanos.....	70
Tabla 41. Distribución física de la empresa.....	70
Tabla 42. Calendario de ejecución del proyecto Año 2014.....	72
Tabla 43. Cuadro de objetivos estratégicos.....	88
Tabla 44. Activos tangibles.....	91
Tabla 45. Activos intangibles.....	91
Tabla 46. Rol de pagos.....	92
Tabla 47. Porcentaje de depreciación.....	93
Tabla 48. Depreciación muebles de oficina (área operativa).....	93
Tabla 49. Depreciación muebles de oficina (área administrativa).....	93
Tabla 50. Depreciación de muebles y enseres (área operativa).....	94
Tabla 51. Depreciación equipo de cómputo (área operativa).....	94
Tabla 52. Depreciación equipo de cómputo (área administrativa).....	94
Tabla 53. Depreciación equipo de oficina.....	95
Tabla 54. Amortización licencia del sistema contable.....	95
Tabla 55. Gastos de administración y marketing.....	95
Tabla 56. Gastos no operacionales.....	96
Tabla 57. Gastos anuales.....	96
Tabla 58. Plan de inversión inicial.....	97
Tabla 59. Estructura de financiamiento.....	98
Tabla 60. Resumen amortización del préstamo.....	99
Tabla 61. Amortización del préstamo.....	100
Tabla 62. Estado de fuentes y usos.....	101
Tabla 63. Demanda insatisfecha.....	103
Tabla 64. Oferta del proyecto.....	103

Tabla 65. Análisis de costos.....	104
Tabla 66. Análisis de gastos.....	105
Tabla 67. Promedio del precio de competencia.....	106
Tabla 68. Análisis de servicios atendidos por año.....	107
Tabla 69. Determinación del valor de horas.....	108
Tabla 70. Determinación del costo total por servicio.....	108
Tabla 71. Determinación del precio de venta.....	109
Tabla 72. Determinación de los servicios del proyecto.....	109
Tabla 73. Determinación del costo de cada servicio del proyecto.....	110
Tabla 74. Presupuesto de costos.....	110
Tabla 75. Presupuesto de costos y gastos.....	111
Tabla 76. Presupuesto de ingresos.....	112
Tabla 77. Distribución de costos y gastos por servicio.....	113
Tabla 78. Determinación de costos fijos y variables asesoría contable.....	114
Tabla 79. Punto de equilibrio de asesoría contable.....	116
Tabla 80. Determinación de costos fijos y variables de asesoría tributaria.....	117
Tabla 81. Punto de equilibrio de asesoría tributaria.....	118
Tabla 82. Determinación de costos fijos y variables de asesoría integral.....	119
Tabla 83. Punto de equilibrio de asesoría integral.....	121
Tabla 84. Determ.de costos fijos y variables de declaración de impuestos.....	122
Tabla 85. Punto de equilibrio de declaración de impuestos.....	123
Tabla 86. Determinación de costos fijos y variables validación de anexos.....	124
Tabla 87. Punto de equilibrio de validación de anexos.....	126
Tabla 88. Estado de resultados proyectado.....	128
Tabla 89. Flujo neto de caja proyectado.....	129
Tabla 90. Balance general.....	130
Tabla 91. Flujo de fondos.....	132
Tabla 92. Criterios de decisión del VAN.....	133
Tabla 93. FAS.....	133
Tabla 94. Flujos netos de caja del proyecto.....	134
Tabla 95. Valor Actual Neto.....	135
Tabla 96. Comprobación de la TIR.....	136
Tabla 97. Relación costo – beneficio	138

Tabla 98. Razón de endeudamiento.....	140
Tabla 99. Cobertura de intereses.....	140
Tabla 100. Margen bruto.....	141
Tabla 101. Margen operativo.....	141
Tabla 102. Margen neto.....	142
Tabla 103. Rendimiento sobre activos.....	142
Tabla 104. Rendimiento sobre el patrimonio.....	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Características de un servicio.....	8
Figura 2.	Empresas en el Cantón Quito – segmento objetivo.....	13
Figura 3.	Prueba piloto.....	15
Figura 4.	Pregunta 1.....	19
Figura 5.	Pregunta 2.....	20
Figura 6.	Pregunta 3.....	21
Figura 7.	Pregunta 4.....	22
Figura 8.	Pregunta 5.....	23
Figura 9.	Pregunta 6.....	24
Figura 10.	Pregunta 7.....	25
Figura 11.	Pregunta 8.....	26
Figura 12.	Pregunta 9.....	27
Figura 13.	Pregunta 10.....	28
Figura 14.	Etapas en el desarrollo de nuevos productos.....	37
Figura 15.	Ciclo de vida del producto.....	39
Figura 16.	Características del mercado.....	49
Figura 17.	Macro localización.....	59
Figura 18.	Localización del proyecto opción A.....	60
Figura 19.	Localización del proyecto opción B.....	61
Figura 20.	Localización del proyecto opción C.....	62
Figura 21.	Micro localización.....	64
Figura 22.	Flujograma de servicio.....	65
Figura 23.	Flujograma de servicio.....	66
Figura 24.	Flujograma de servicio.....	67
Figura 25.	Plano de distribución física.....	71
Figura 26.	Características de la Compañía de Responsabilidad Limitada.....	74
Figura 27.	Constitución legal de la compañía.....	79
Figura 28.	Logotipo de la empresa.....	79
Figura 29.	Principios institucionales.....	82
Figura 30.	Valores Institucionales.....	83
Figura 31.	FODA.....	85

Figura 32. Organigrama estructural.....	86
Figura 33. Organigrama funcional.....	87
Figura 34. Amortización gradual.....	98
Figura 35. Proceso de fijación de precios.....	102
Figura 36. Punto de equilibrio de asesoría contable.....	116
Figura 37. Punto de equilibrio de asesoría tributaria.....	119
Figura 38. Punto de equilibrio de asesoría Integral.....	121
Figura 39. Punto de equilibrio de declaración de impuestos.....	124
Figura 40. Punto de equilibrio de validación de anexos.....	126
Figura 41. Periodo de duración del proyecto.....	137

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.....	149
Anexo 2. Medios publicitarios.....	151
Anexo 3. Disponibilidad de recursos financieros.....	151
Anexo 4. Estructuras ocupacionales y porcentajes de incremento para la remuneración mínima sectorial.....	155

INTRODUCCIÓN

Desde inicios de la civilización humana los actos de comercio y el pago de tributos por las actividades productivas fueron desarrollándose a la par, mientras avanzaba el desarrollo de nuevas formas de transporte, maquinarias y tecnología, los comerciantes expandían su volumen de ventas hacia nuevos mercados, lo que significaba que debían mantener un mayor control sobre sus mercancías y a la vez pagar imposiciones monetarias por el uso de recursos. Es así como en el Ecuador, el manejo y administración de tributos, es una práctica que se ha venido desarrollando desde tiempos de la colonización (Siglo XVI), donde los vasallos (nombre que se les daba a los servidores del Rey) eran obligados a entregar ciertas cantidades de dinero a cambio de la utilización de los recursos que eran de dominio de la corona española. Desde ese entonces, la población ecuatoriana que ejercía actos de comercio empezó a familiarizarse con el pago de impuestos. De la misma manera, los comerciantes buscaban nuevos mecanismos que les permitieran mantener registros ordenados de las transacciones realizadas con el fin de conocer, de forma real y oportuna, los ingresos y gastos que sus negocios les producían (Carmack, 2001).

Con estos antecedentes, y considerando el acelerado crecimiento empresarial que ha tenido nuestro país, sobre todo el incremento en el número de trabajadores autónomos y PYMES que ven en el comercio su única fuente de ingresos, el control en materia contable y tributaria por parte de los organismos estatales competentes ha sido cada vez mayor. Con el gobierno actual, se ha fortalecido la política de crear una cultura tributaria entre los contribuyentes, es decir, gestionar y controlar el cumplimiento tributario. Con ello, los comerciantes, tanto personas naturales como jurídicas, se ven obligados a mantenerse actualizados en las modificaciones, actualizaciones o erogaciones de la Ley de Régimen Tributario Interno y demás leyes que norman las actividades económicas y productivas en el país, caso contrario deben afrontar fuertes sanciones administrativas, económicas e incluso penales.

En la actualidad, la falta de conocimiento y comprensión de las normas contables y tributarias por parte de los comerciantes es una de las principales causas por las cuales se pueden producir problemas económicos en una empresa o negocio, e incluso

llevarla a la quiebra y cierre definitivo. Este problema radica en el nivel de preparación académica al que los comerciantes han podido acceder en el transcurso de su vida, es decir, la mayoría de emprendedores no ha podido terminar sus estudios secundarios, mucho menos universitarios y no cuentan con el conocimiento necesario para administrar la parte contable y tributaria de sus negocios. Es por ello que el servicio de asesoría es necesario para evitar el incumplimiento de ciertos parámetros establecidos en la normativa vigente. En ciertos casos, una mala aplicación contable y tributaria puede ocasionar sanciones penales que conllevan a la privación de la libertad de los empresarios por el delito de evasión de impuestos, alteración de balances y fraude al fisco, casos que se repiten constantemente de forma involuntaria por la falta de un asesoramiento integral y oportuno en materia contable y tributaria.

Como ejemplo de dichas sanciones, desde el 03 de octubre del año 2011 se puso en vigencia el Instructivo para la aplicación de Sanciones Pecuniarias, instructivo que busca implantar un modelo sancionatorio que gradúe la onerosidad de las cuantías de sanción dependiendo de cada tipo de infracción cometida y del segmento o estrato al cual pertenece el contribuyente. Por lo expuesto, las personas naturales y jurídicas quienes realizan cualquier tipo de actividad económica tienen la necesidad de contar con un servicio permanente de asesoría que les permita dar pleno cumplimiento de todas las obligaciones tributarias y aplicaciones contables con el fin de mantener en marcha sus negocios sin riesgos de clausuras o glosas que pueden llevarlos a la quiebra (Servicio de Rentas Internas, 2011).

Con el desarrollo del presente proyecto para la creación de una empresa dedicada a la asesoría contable y tributaria ubicada en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, se busca brindar una solución eficaz y oportuna a personas naturales y jurídicas quienes desarrollan sus actividades económicas en el sector norte de Quito, respecto del manejo y administración adecuada de los asuntos contables y tributarios que todo empresario y emprendedor del país debe conocer para evitar posibles riesgos a los cuales se encuentra expuesto en caso de no aplicar correctamente la normativa vigente. Además el servicio ofertado busca ser un respaldo para los emprendedores del país quienes necesitan asesoría en materia de administración y gestión eficiente de los recursos en sus negocios.

Esta propuesta está orientada a reducir el número de sanciones y multas impuestas a los contribuyentes por no aplicar correctamente las disposiciones emitidas por los organismos de control.

Considerando que la tributación y manejo contable no es asunto únicamente de los grandes contribuyentes y además que, el Servicio de Rentas Internas, ente rector en el campo tributario del Ecuador, ha realizado en los últimos años una intensiva campaña de revisión del cumplimiento de la normativa en todo tipo de contribuyentes, el servicio de asesoría presentado en este proyecto también es útil y necesario para los pequeños negocios y trabajadores autónomos, quienes en años anteriores no tenían mayor control por parte del SRI, hoy se ven en la obligación de involucrarse en la tributación y en la normativa contable con el fin de cumplir con sus obligaciones a tiempo y así poder mantener su fuente de ingresos sin ningún contratiempo.

Mediante una asesoría oportuna se busca salvaguardar los intereses económicos de los clientes y gestionar eficientemente todo tipo de información que es solicitada por los organismos de control para fines de revisión.

CAPÍTULO 1

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Introducción

En este capítulo los aspectos fundamentales a tratarse son aquellos relacionados directamente con los clientes del servicio ofertado, así como el entorno competitivo. Los resultados de la información obtenida permitirán determinar si el proyecto planteado es factible para llevarlo a cabo, o a su vez, conocer las causas por las cuales éste no debería continuar con el proceso de implementación y puesta en marcha.

Por lo expuesto, la viabilidad del proyecto dependerá directamente del análisis real y minucioso de las condiciones actuales del mercado a las cuales deberá enfrentarse la empresa, determinando de esta manera que el factor principal que influirá en la ejecución del proyecto será el nivel de competencia existente en el entorno.

El análisis de mercado es una de las actividades fundamentales que se debe acometer a la hora de valorar cualquier iniciativa empresarial o de desarrollo de negocios. La realización de un análisis de mercado debe permitir conocer la situación actual con respecto a un producto o servicio concreto y su evolución prevista, para valorar la idoneidad de la idea del negocio, su viabilidad y la probabilidad de éxito de los productos que vayan a introducirse en dicho mercado (Neira Rodríguez, 2010).

Este análisis también tiene que evaluar convenientemente los distintos riesgos a los que el producto o servicio habrá de hacer frente, riesgos inherentes al propio mercado, a la competencia, a los productos sustitutivos, etc.

1.2 Objetivos del estudio de mercado

- Establecer una perspectiva global y confiable de la actividad económica que se pretende emprender.
- Analizar minuciosamente las necesidades de los futuros clientes potenciales y demandas sociales, con el fin de formular estrategias para satisfacer las exigencias de los mismos.
- Analizar las fortalezas y debilidades de la competencia, para comparar las características de las empresas competidoras y mejorar el servicio ofertado.

- Determinar el entorno más conveniente para la puesta en marcha del proyecto, con el fin de obtener mayores beneficios.

1.3 El mercado

A inicios de la civilización humana, se llamaba “mercado” al espacio físico en el cual se desarrollaban actividades de intercambio de productos, animales u otros objetos; con el pasar del tiempo esta palabra fue tomando otro sentido, tal como señala Philip Kotler al definir al mercado como “el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (Kotler & Armstrong, 2004).

Precisamente, en este contexto podemos deducir que en la actualidad el tamaño del mercado está delimitado según el número de compradores (demanda) que tenga un bien o un servicio, siempre y cuando los compradores dispongan de recursos monetarios para poder adquirir los productos.

Con la evolución de la tecnología, limitarse a definir al mercado como un simple “espacio físico” sería una evidente imprecisión. Ahora los esfuerzos por captar al mayor número de clientes potenciales se centran en una bien planificada estrategia de marketing.

Por lo cual entendemos al mercado como “el conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores en contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes” (Burbules & Callister, 2001).

El mercado está compuesto de cuatro variables principales que son:

- Demanda
- Oferta
- Precios, y;
- Comercialización.

De acuerdo al comportamiento de cada variable se puede establecer al mercado al cual va a enfrentar la nueva empresa.

1.3.1 Tipos de mercados

- Mercado de competencia perfecta: este mercado se caracteriza por un alto número de oferentes y demandantes de un producto o servicio, en el cual no se puede influir de manera significativa en los precios o características del producto, ya que los agentes económicos establecen las condiciones del mercado.
- Monopolio: este mercado se caracteriza por la existencia de un único ofertante de un servicio o bien determinado, el ofertante controla el precio y las características del mercado.
- Oligopolio: se caracteriza por la existencia de pocos ofertantes, cada ofertante tiene la capacidad de afectar individualmente al precio del producto, en este mercado existen barreras que limitan a nuevos ofertantes a entrar al mercado.

1.3.2 Tipos de investigación de mercados

a) Investigación exploratoria

Es apropiada para las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones con un gasto mínimo de dinero y tiempo. El diseño de la investigación se caracteriza por la flexibilidad para estar sensible ante lo inesperado y para descubrir otra información no identificada previamente (Kinneer & Taylor, 2003).

Partiendo de la definición dada por Kinneer & Taylor, podemos señalar que la investigación exploratoria se adapta a aquellas situaciones en donde se está iniciando con la definición del problema a investigar, una vez que se lo ha sido definido, este tipo de investigación permitirá identificar nuevas alternativas que no se consideraron inicialmente para dar un enfoque innovador en el servicio que será ofertado a los clientes.

b) Investigación concluyente

“Suministra información que ayude al gerente a evaluar y seleccionar un curso de acción. El diseño de la investigación se caracteriza por procedimientos formales, esto comprende objetivos de investigación y necesidades de información claramente definidos” (Kinneer & Taylor, 2003).

Dentro de este tipo de investigación es donde se desarrolla un cuestionario o encuesta dirigido a un grupo seleccionado del universo a investigar con el fin de obtener información de primera mano y confiable. También se puede incluir la observación y simulación como métodos para obtener información.

c) Investigación de monitoria del desempeño

La monitoria del desempeño es un elemento esencial para controlar los programas de marketing de acuerdo a los planes. La desviación del plan puede ser el resultado de una ejecución inapropiada del programa de marketing y/o cambios no previstos en los factores situacionales (Kinnear & Taylor, 2003).

La medición de la evolución empresarial es fundamental para mejorar procesos y actividades, así como para detectar errores. Este concepto encierra todas aquellas variables que intervienen directa e indirectamente en el desempeño de una empresa en el mercado, tales como: el nivel de ventas, porcentaje de utilidad, porcentaje de captación del mercado, etc. La investigación de monitoria del desempeño enfatiza en las variables antes descritas con la finalidad de analizar qué está sucediendo con el objeto de estudio.

1.4 Identificación del servicio

El producto o servicio que se pretende ofrecer y comercializar debe estar descrito clara y detalladamente. Esto sirve para poderlo comparar con los otros productos o servicios existentes en el mercado, con los cuales vamos a tener que competir y destacar los rasgos diferenciadores del nuestro (mejoras, innovación, ventajas en el precio, en la garantía). Para llevar a cabo esto, es aconsejable que se relacionen ordenadamente las características técnicas de nuestro servicio (en qué consiste, cómo se presta, acciones complementarias al servicio en sí, calidad técnica y profesional, necesidades que satisfacen, etc.) (Herrero, 2002).

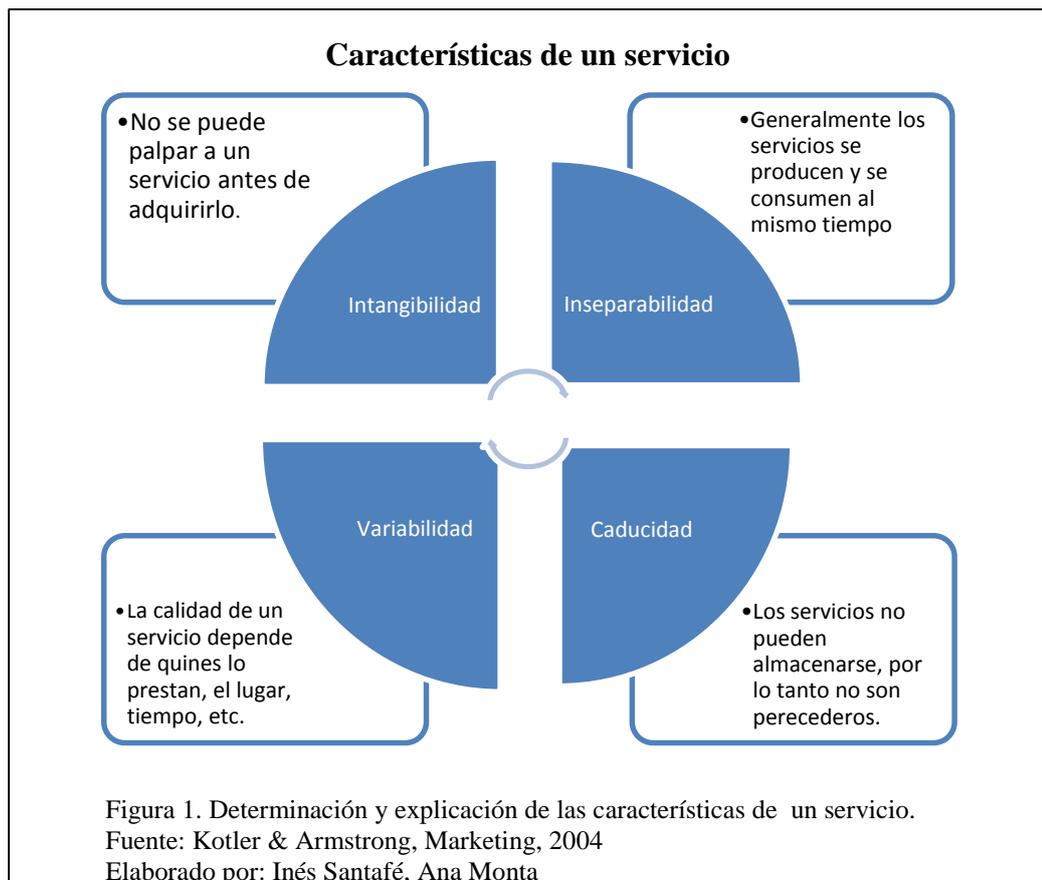
1.4.1 Definición de servicio

Podemos definir a un servicio como toda actividad económica realizada entre dos partes, mediante la cual una entrega una compensación monetaria a cambio de la solución a algún problema o necesidad individual o colectiva.

1.4.2 Características de un servicio

Por características funcionales se entienden aquellas que guardan relación con el uso que los clientes van a hacer del producto.

“Si el objetivo de la iniciativa empresarial no fuera un producto tangible, sino un servicio, se deberá describir el soporte o modo en que se va a prestar dicho servicio a los clientes” (Neira Rodríguez, 2010).



1.4.3 Servicio del proyecto: asesoría contable y tributaria

El servicio que se pretende ofertar, consiste en la asesoría eficaz y oportuna en materia contable y tributaria a las personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, propietarios, directivos, administradores, representantes legales de negocios unipersonales, contadores y asistentes administrativos – contables.

El servicio de asesoría se prestará de forma presencial, virtual y/o telefónica, dependiendo de las necesidades de los clientes.

Para prestar un servicio de asesoría de calidad, el personal encargado de la atención a los clientes deberá ser capacitado en todas las áreas administrativas, contables y tributarias con el fin de garantizar una respuesta oportuna y satisfactoria en cualquier inquietud o duda de los clientes.

El servicio de asesoría tiene como objetivo disminuir los problemas contables y tributarios que se presentan a diario en todo negocio, a través de este servicio se presentarán posibles soluciones para los contribuyentes, por medio de información actualizada y modelos de aplicación.

Tabla 1.
Descripción del servicio ofertado

Tipo de servicio ofertado:	Asesoría en riesgos contables y tributarios
Población de incidencia:	Personas naturales y jurídicas que realizan actividades económicas
Área geográfica atendida:	Distrito Metropolitano de Quito
Principales temas de asesoría	Declaraciones de impuestos, recuperación de impuestos, aplicación de normas de contabilidad, etc.

Nota: Descripción del servicio que se pretende ofertar en el proyecto.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

La empresa ofrecerá asesoría clara, oportuna y eficaz en las siguientes obligaciones con el SRI:

- Afiliación
 - ✓ RUC
 - ✓ RISE
- Impuestos
 - ✓ Impuesto al valor agregado mensual o semestral
 - ✓ Impuesto a la renta
 - ✓ Impuesto por retenciones en la fuente por compras
 - ✓ Impuesto a los consumos especiales
 - ✓ Impuesto a los ingresos extraordinarios
 - ✓ Impuesto a los activos en el exterior

- Anexos
 - ✓ Anexo transaccional simplificado (ATS)
 - ✓ Anexo de retenciones en la fuente del impuesto a la renta por otro concepto
 - ✓ REOC
 - ✓ Anexo de declaración patrimonial
 - ✓ Anexo de retenciones bajo relación de dependencia
 - ✓ Anexo de operaciones con partes relacionadas
 - ✓ Anexo de gastos personales
 - ✓ Anexo de accionistas, participes, socios, miembros de directorio y administradores (APS)

Respecto de la asesoría contable, entre los principales temas a ser tratados tenemos

- ✓ Aplicación de cuentas contables
- ✓ Métodos de depreciación de activos
- ✓ Manejo de cartera
- ✓ Control de inventarios

1.5 Investigación de campo

“Consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna” (Fideas, 1999).

1.5.1 Segmentación

El segmento de mercado debe tener un número suficiente de consumidores para que el proyecto sea rentable y operacional. Cabe señalar que los segmentos van cambiando, por ello es importante realizar la segmentación de forma periódica de acuerdo a la evolución del emprendimiento en el mercado.

1.5.1.1 Variables de segmentación

Para el desarrollo del proyecto se tomaron datos históricos del año 2012 del Censo Económico realizado a nivel nacional del Ecuador.

- Segmentación geográfica

Básicamente esta segmentación consiste en dividir al mercado en localidades limitadas geográficamente. La importancia de este proceso radica en que las personas u

organizaciones ubicadas en una misma área geográfica compartirán un mayor número de necesidades que otras que se encuentran lejanas a su localidad, permitiendo de este modo implementar estrategias de mercadeo que permitan atender de forma oportuna a dichas necesidades.

Philip Kotler indica que la segmentación geográfica “implica dividir el mercado en diversas unidades geográficas como naciones, estados, regiones, condados, ciudades o vecindarios. La empresa puede operar en un área geográfica, o en unas cuantas, u operar en todas, pero fijarse en las variaciones locales” (Kotler & Armstrong, 2004).

Sin duda, ninguna empresa que tiene varias sucursales puede abastecer las necesidades de sus clientes con el mismo servicio que ofrece de una localidad a otra, los requerimientos serán diferentes, por lo que deberá estar preparada para ofrecer nuevas alternativas o modificaciones en el servicio ofertado para no perder clientes.

Las variables geográficas que se considerarán en el presente proyecto son:

- Provincia
- Cantón
- Zona
- Sector

Para el desarrollo del proyecto, seleccionamos a la provincia de Pichincha debido al número de empresas que esta provincia abarca, siendo este un total de 16.155, en el año 2014.

Tabla 2.
Número de empresas por cantones de la provincia de Pichincha.

Cantón	Nro. Empresas	% Total
Quito	14,258	88.26%
Cayambe	439	2.72%
Mejía	391	2.42%
Pedro Moncayo	132	0.82%
Rumiñahui	666	4.12%
Los Bancos	84	0.52%
Pedro Vicente Maldonado	100	0.62%
Puerto Quito	84	0.52%
Total	16,155	100%

Nota: Determinación del número de empresas con el porcentaje del INEC

Fuente: Superintendencia de Compañía/INEC

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

El proyecto se desarrollará en el cantón Quito, ya que tiene 14,258 empresas.

- Segmentación por categoría del cliente

Esta segmentación consiste en determinar la clasificación de los clientes, de acuerdo al tamaño de empresa dependiendo de sus ventas anuales y número de empleados.

Tabla 3.
Segmentación por categoría del cliente

Tamaño de las Empresas		
Microempresa	Mínimo	Máximo
Ventas		100.000
Empleados		9
Pequeña	Mínimo	Máximo
Ventas	100.001	1.000.000
Empleados	10	49
Mediana	Mínimo	Máximo
Ventas	1.000.001	5.000.000
Empleados	50	199
Grande	Mínimo	Máximo
Ventas	5.000.001	en adelante
Empleados	200	en adelante

Nota: Segmentación del cliente por monto de ventas y número de empleados.

Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Para la determinación del tipo de empresas en las que se va a aplicar el proyecto se ha desarrollado la investigación de las empresas del cantón Quito.

Tabla 4.
Empresas en el Cantón Quito

Número de empresas, según su tamaño, ubicadas en el Cantón Quito		
Tamaño de Empresas	Número Empresas	Porcentaje
Microempresa	12,775	89.60%
Pequeña empresa	1,169	8.20%
Medianas y grandes	314	2.20%
Total	14,258	100.00%

Nota: Número de empresas de acuerdo al tamaño

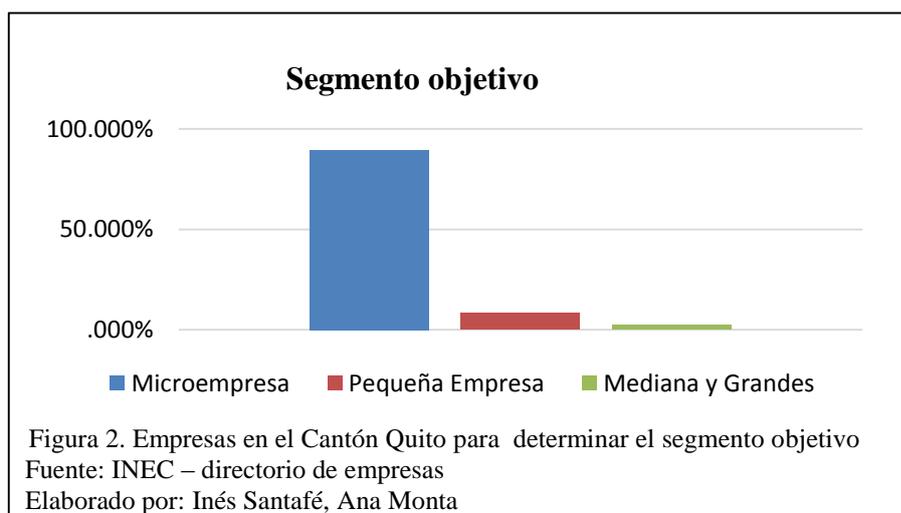
Fuente: Superintendencia de Compañías/INEC

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.5.1.2 Segmento objetivo

Todo emprendimiento debe establecer el segmento al cual dirigirá sus esfuerzos de comercialización. Este segmento no es más que el conjunto de personas u organizaciones a las cuales se ofrecerá directamente el servicio. Para ello, se debe tomar en consideración las características de cada una de las personas u organizaciones y tratar de agruparlas de forma homogénea de tal modo que se pueda tener un grupo de clientes potenciales con características similares.

Ninguna empresa en funcionamiento o en proyecto de creación tiene la capacidad técnica, logística ni financiera para poder ofrecer un servicio distinto cada vez, dependiendo de las necesidades particulares de los clientes. Es por ello que, la segmentación de mercado permite implementar estrategias de marketing que se concentren en la satisfacción de necesidades compartidas por varios consumidores que tienen características similares.



Para el desarrollo del proyecto se determinó como segmento objetivo a las micro y pequeñas empresas ubicadas en el cantón Quito, ya que este grupo representa el 97.8% del total de empresas ubicadas en dicho cantón.

El proceso de segmentación permite dividir al mercado potencial en distintos subconjuntos, para lo cual utilizaremos las variables de segmentación que se detallan a continuación:

Tabla 5.
Variables de segmentación

VARIABLES	SUB-VARIABLES	CARACTERÍSTICAS
Geográficas	Provincia:	Pichincha
	Cantón:	Quito
	Zona:	Urbana
	Sector:	Norte del DMQ
Categoría del Cliente	Tamaño del cliente:	Unipersonales, microempresas, pequeñas empresas.
	Nivel de ingresos:	HastaUS\$.1'000.000,00 en ventas anuales
	Nacionalidad:	Empresas nacionales.
	Actividad económica:	Industriales
		Comerciales
		De servicios
Origen del capital:	Sector privado	

Nota: Variables de segmentación de las empresas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.5.2 Universo

Podemos definir al universo como un conjunto finito o infinito de elementos (individuos u organizaciones) que tienen ciertas características similares entre si y de los cuales se pretende realizar algún estudio o inferencia.

1.5.2.1 Tamaño de universo

El tamaño del universo corresponde a 13,944 micro y pequeñas empresas que realizan actividades económicas en el Cantón Quito.

1.5.2.2 Prueba preliminar o piloto

Una vez establecido el orden y la redacción de las preguntas, se crea un cuestionario preliminar, el cual se aplicara a una pequeña muestra de 15 a 25 personas aproximadamente que represente razonablemente a la población que se tiene como meta. El propósito de esta prueba es de asegurar que el cuestionario realizado cumple con las expectativas de la investigación en términos de información obtenida, así como identificar y corregir las deficiencias que pudieran provocar un sesgo en la misma (Priede, 2010).

Para determinar la viabilidad del proyecto se realizó la prueba piloto a 25 personas.

¿Usted estaría de acuerdo en la creación de una empresa que preste los servicios de asesoría contable y tributaria ubicada en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito?

Sí.....

No.....

Análisis de los resultados obtenidos:

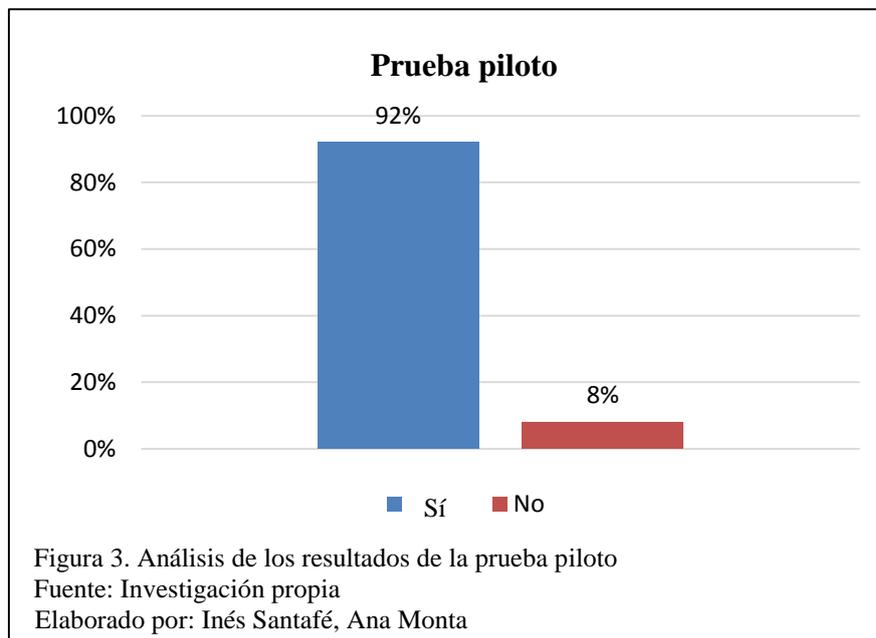
Tabla 6.
Prueba piloto

Prueba piloto		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	23	92%
No	2	8%
Total	25	100%

Nota: Detalle de los resultados de la prueba piloto.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Después de la aplicación de la prueba piloto, se determinó que el proyecto es aceptable ya que tiene un 92% de aceptación en el mercado, por lo cual es procedente continuar con la aplicación de encuestas al mercado objetivo.

1.5.3 Muestreo

Para realizar la investigación de un proyecto se requiere establecer parámetros poblacionales, este es considerado el problema estadístico más importante, ya que no se puede realizar un censo a todos los involucrados debido a las limitaciones de tiempo y dinero. Por esta razón se realiza determinadas observaciones a un subconjunto de la población determinado muestra.

1.5.3.1 Determinación del muestreo

“La importancia del muestreo adecuado gira entorno del grado de confianza con que el analista es capaz de responder las preguntas que se formulan.” (Walpole, Myers, Myers, & Ye, 2007).

1.5.3.2 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra (n) indica el número de elementos a los cuales se realizarán las encuestas para determinar la viabilidad del proyecto. Para los cálculos utilizaremos la siguiente fórmula:

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

Donde:

- Universo o población (N): es la totalidad de elementos a investigar; 13,944 micro y pequeñas empresas ubicadas en el Cantón Quito.
- Nivel de confianza (z): estima la seguridad que se puede tener acerca de un evento. Para este proyecto se realizará una muestra con un nivel de confianza del 95 %, valor que en la tabla de z equivale a 1,96.
- Probabilidad de ocurrencia (p): es un porcentaje que indica la probabilidad de que el mercado objetivo utilice nuestros servicios, el resultado obtenido en la prueba piloto fue del 92%.
- Probabilidad de que no ocurra (q): determina un porcentaje que indica la probabilidad de que el proyecto propuesto no ocurra, el resultado obtenido en la prueba piloto reflejó un 8%.

- Grado de error (e): es un porcentaje que define el error en que podría incurrir la investigación, para éste caso se aplicará un error del 5%, que es aceptable en este tipo de investigaciones.

Ahora reemplazamos en la fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,92 \times 0,08 \times 13,944}{0,05^2 (13,944 - 1) + 1,96^2 \times 0,92 \times 0,08}$$

$$n = \frac{3,942,55}{35,14}$$

$$n = 112 \text{ encuestas}$$

1.6. Técnicas y herramientas de investigación

1.6.1 Técnicas de investigación

- Investigación cualitativa: Esta investigación consiste en el estudio profundo del comportamiento de las personas, se observan cualidades y análisis sociológicos de comportamiento.
- Investigación cuantitativa: Esta investigación consiste en el estudio de grupos, el cual tiene como objetivo realizar análisis estadísticos y estimación de cantidades.

“Existen dos técnicas básicas de recopilación de información, una basada en la observación y otra basada en la encuesta, siendo en este último caso el instrumento más común el cuestionario” (Priede, 2010).

1.6.2 Herramientas de investigación

- La observación: como técnica de investigación, la observación tiene una amplia aceptación científica, este permite determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, dónde se hace y cómo se hace.

- La encuesta: una dimensión es por tamaño y tipo de muestra. Algunas encuestas se encargan de estudiar a todos los residentes de un área definida y otras se pueden limitar a estudiar grupos particulares de la población (Priede, 2010).

Para el desarrollo de nuestro proyecto seleccionamos como técnica de investigación a la encuesta, la cual nos permitirá conocer las opiniones de nuestros futuros clientes. La encuesta la realizaremos con preguntas cerradas en su mayoría, ya que nos permitirá tabular y analizar los resultados de manera eficiente.

Se establece que existen tres tipos de formatos de preguntas, y estos son:

- Con estructura: se trata de preguntas cerradas en las que se incluyen respuestas de opción múltiple con selección simple o selección múltiple.
- Sin estructura: son preguntas abiertas, en las que el encuestado puede contestar lo que le parezca oportuno.
- Mixto: las preguntas de respuesta abierta pueden usarse conjuntamente con preguntas de respuesta cerrada para obtener información adicional; de ahí que en ocasiones se utilicen preguntas abiertas para dar seguimiento a una de respuesta cerrada (Priede, 2010).

1.6.3 Tabulación de datos

Una vez que se ha realizado la investigación de campo, procedemos a realizar las encuestas a un número de 112 microempresas ubicadas en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito. A continuación se tabulan los datos obtenidos en cada formulario y se realizan los gráficos de análisis e interpretación de la información obtenida.

Pregunta 1. ¿Su negocio está obligado a llevar contabilidad?

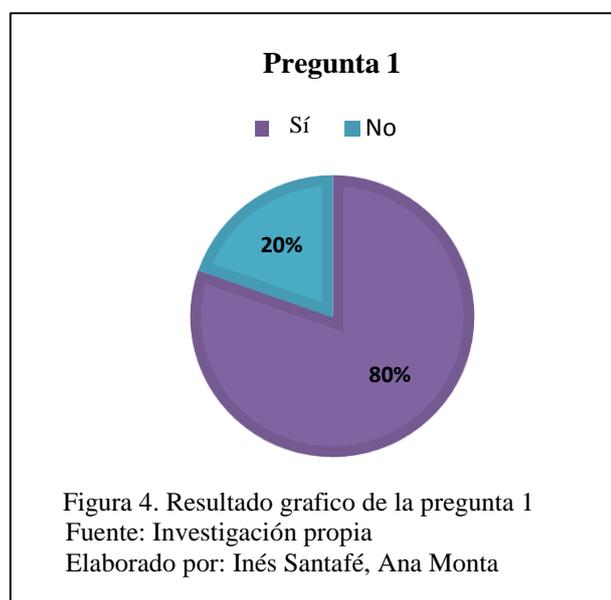
Tabla 7.
Encuesta – pregunta 1

1. ¿Su negocio está obligado a llevar contabilidad?		
Respuesta	Total	Porcentaje
Sí	90	80%
No	22	20%
Total	112	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

En base a los resultados obtenidos en la pregunta 1, observamos que el 80% de microempresas sí están obligadas a llevar contabilidad, por lo tanto, ese 80% de negocios necesitarían (si aún no lo tienen) un servicio de asesoría contable y tributaria que les permita evitar multas y sanciones por parte de los organismos de control competentes como el SRI, Superintendencia de Compañías, entre otras. Con esta información, concluimos que el proyecto tiene posibilidades reales de tener éxito en la captación de clientes.

Pregunta 2. ¿De acuerdo a qué periodo de tiempo realiza usted sus obligaciones tributarias?

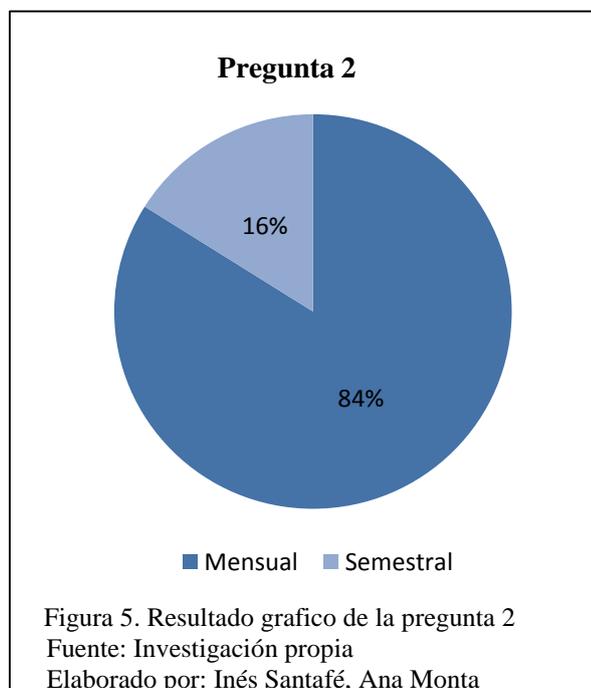
Tabla 8.
Encuesta – pregunta 2

2. ¿De acuerdo a qué periodo de tiempo realiza usted sus obligaciones tributarias?		
Respuesta	Total	Porcentaje
Mensual	94	84%
Semestral	18	16%
Total	112	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

Podemos observar que el 84% del total de encuestados declaran sus obligaciones tributarias de forma mensual y un 16% de forma semestral, esto nos indica que nuestros clientes potenciales son aquellos que declaran de forma mensual, ya que esto involucra mayor carga de trabajo para los microempresarios y pequeños comerciantes, quienes en su mayoría, no tienen conocimiento sobre la aplicación de la normativa tributaria vigente en sus obligaciones fiscales.

Pregunta 3. ¿Conoce usted alguna empresa que brinde servicios de asesoría contable y/o tributaria?

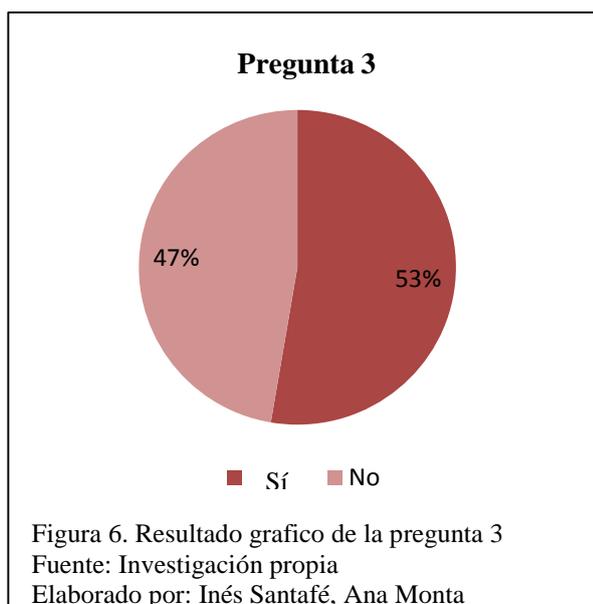
Tabla 9.
Encuesta – pregunta 3

3. ¿Conoce usted alguna empresa que brinde servicios de asesoría contable y/o tributaria?		
Respuesta	Total	Porcentaje
Sí	59	53%
No	53	47%
Total	112	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

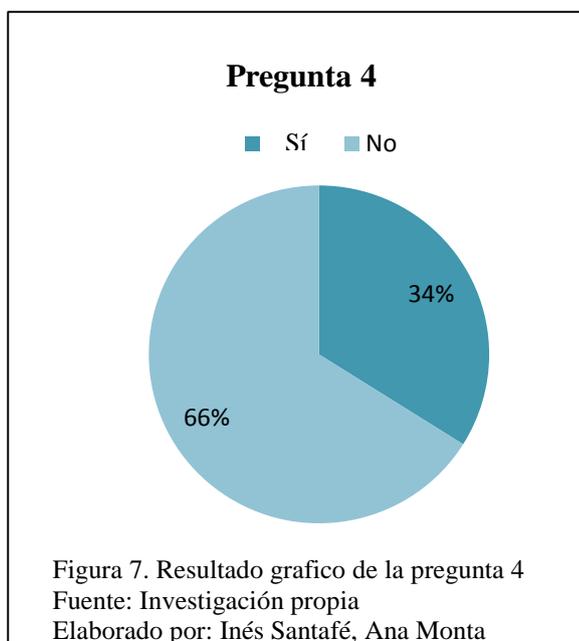
Del total de encuestados un 53% manifiesta que conoce alguna empresa que brinde servicios de asesoría contable y tributaria mientras que el 47% restante no tiene ninguna información al respecto. Con estos resultados podemos evidenciar que la empresa puede captar a ese 47% de clientes potenciales mediante estrategias de mercadeo y difusión del servicio ofertado.

Pregunta 4. ¿Su negocio o empresa cuenta con un servicio de asesoría contable y/o tributaria?

Tabla 10.
Encuesta – pregunta 4

4 ¿Su negocio o empresa cuenta con un servicio de asesoría contable y/o tributaria?		
Respuesta	Total	Porcentaje
Sí	38	34%
No	74	66%
Total	112	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

Los resultados obtenidos en esta pregunta permiten conocer en cifras reales las posibilidades que tiene el proyecto de tener aceptación en el mercado. Observamos que un 34% de microempresas ya cuentan con un servicio de asesoría contable y/o tributaria, mientras que el 66% aún no lo tiene. En este último segmento es donde la empresa puede desarrollar estrategias de captación de clientes, ofreciéndoles un servicio con valor agregado y ajustado a las necesidades de las microempresas y pequeños negocios.

Pregunta 5. Marque con una X los servicios que usted recibe por parte de su asesor:

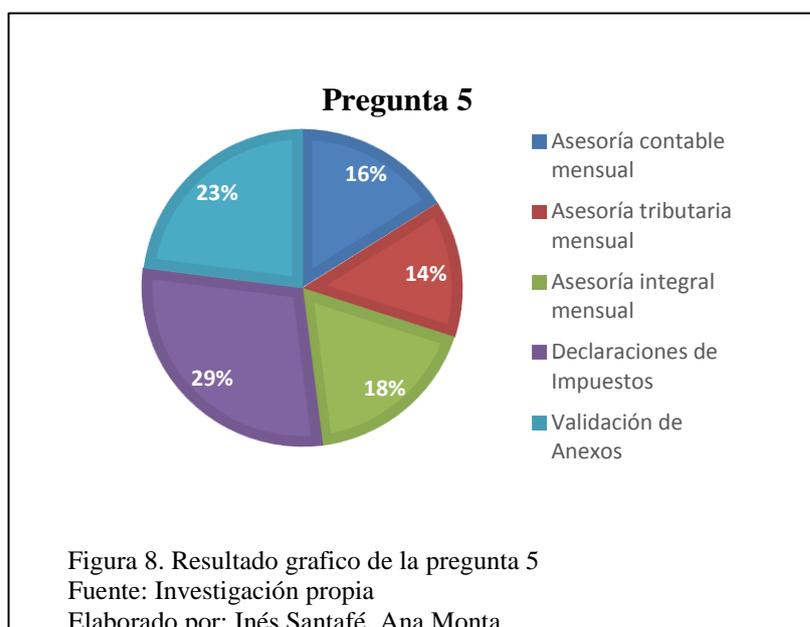
Tabla 11.
Encuesta – pregunta 5

5. Marque con una X los servicios que usted recibe por parte de su asesor:		
Respuesta	Total	Porcentaje
Asesoría contable mensual	25	16%
Asesoría tributaria mensual	22	14%
Asesoría integral mensual	28	18%
Declaraciones de impuestos	45	29%
Validación de anexos	36	23%
Total	156	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

Una vez analizados los resultados obtenidos, se evidencia que el servicio más utilizado por los clientes potenciales en materia contable y tributaria es la declaración de impuestos (IVA e Impuesto a la Renta) con un 29%, seguido por la validación de anexos con un 23%, asesoría integral mensual con un 18%, los trámites de asesoría contable mensual con un 16% y la Asesoría tributaria mensual con un 14%. Con esta información se determinan los servicios que tendrán mayor demanda por parte de los clientes, por lo tanto, la empresa deberá estar en la capacidad de atender dichos requerimientos con personal capacitado.

Pregunta 6. ¿Está usted satisfecho con el servicio de asesoría recibido actualmente?:

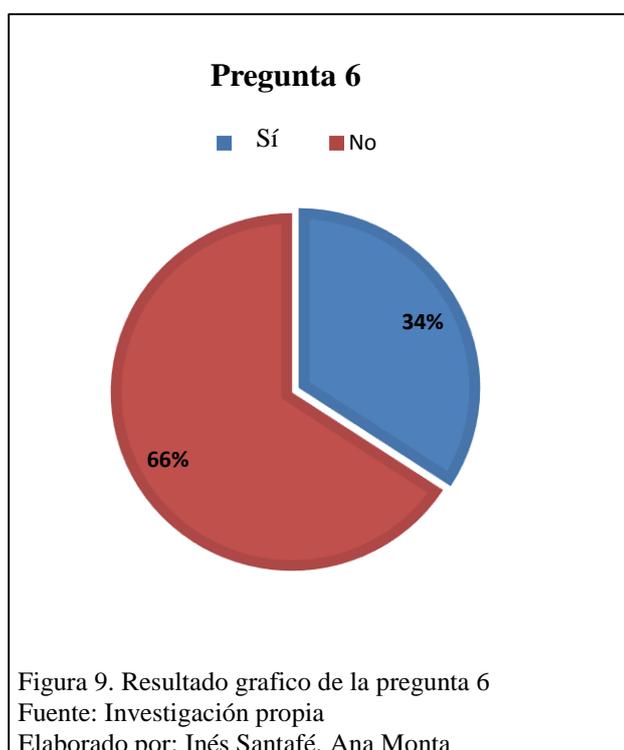
Tabla 12.
Encuesta – pregunta 6

6. ¿Está usted satisfecho con el servicio de asesoría recibido actualmente?		
Respuesta	Total	Porcentaje
Sí	13	34%
No	25	66%
Total	38	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

Se determina que de 38 empresas, el 34% se encuentra satisfecho con el servicio de asesoría que está recibiendo actualmente, y el 66% no está satisfecho, lo que nos permite determinar que los servicios que vamos a ofrecer requieren ser competitivos para cubrir las expectativas de los posibles clientes, además determinamos que la competencia no representa poder significativo en el mercado, ya que hay muchos clientes insatisfechos con el servicio que están recibiendo.

Pregunta 7. ¿Cuánto paga usted por los servicios de asesoría al mes?

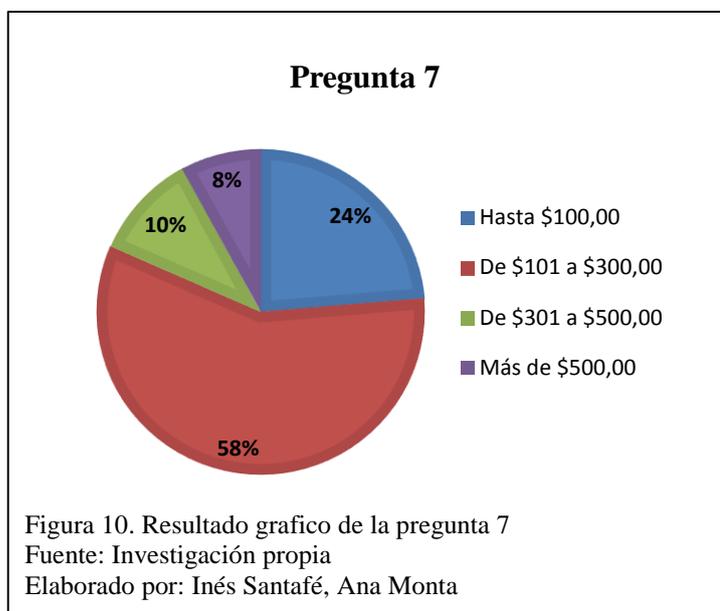
Tabla 13.
Encuesta – pregunta 7

7. ¿Cuánto paga usted por los servicios de asesoría al mes?		
Respuesta	Total	Porcentaje
Hasta \$100,00	9	24%
De \$101 a \$300,00	22	58%
De \$301 a \$500,00	4	11%
Más de \$500,00	3	8%
Total	38	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

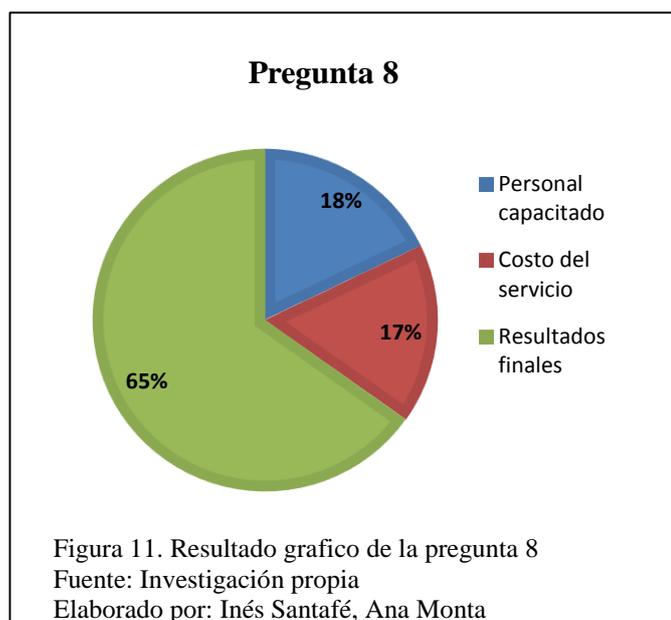
De las 38 empresas que reciben el servicio de asesoría, se determina que el 58% de las empresas pagan por el servicio un promedio de \$101.00 a \$ 300.00 dólares, y el 24% hasta \$100 dólares, lo que nos permite observar que el precio que fijemos se encuentra en ese promedio, ya que la determinación del precio es de acuerdo al comportamiento del mercado, al encontrarse nuestro servicio en un mercado de competencia perfecta.

Pregunta 8. ¿Qué aspecto considera usted más importante para contratar un servicio de asesoría?

Tabla 14.
Encuesta – pregunta 8

8. ¿Qué aspecto considera usted más importante para contratar un servicio de asesoría?		
Respuesta	Total	Porcentaje
Personal capacitado	20	18%
Costo del servicio	19	17%
Resultados finales	73	65%
Total	112	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

Se puede observar que el aspecto más importante para elegir un proveedor de asesoría contable para las empresas, son los resultados finales de un trabajo solicitado representado por el 65%, además se determina que para las empresas el personal capacitado y el costo del servicio tienen el mismo nivel de importancia representando el 18% y 17% correspondientemente; lo que nos permite observar que el servicio debería contar con estas características por añadidura.

Pregunta 9. ¿Cuál es el problema más común y repetitivo que usted ha tenido en su empresa con relación al manejo y administración de impuestos?

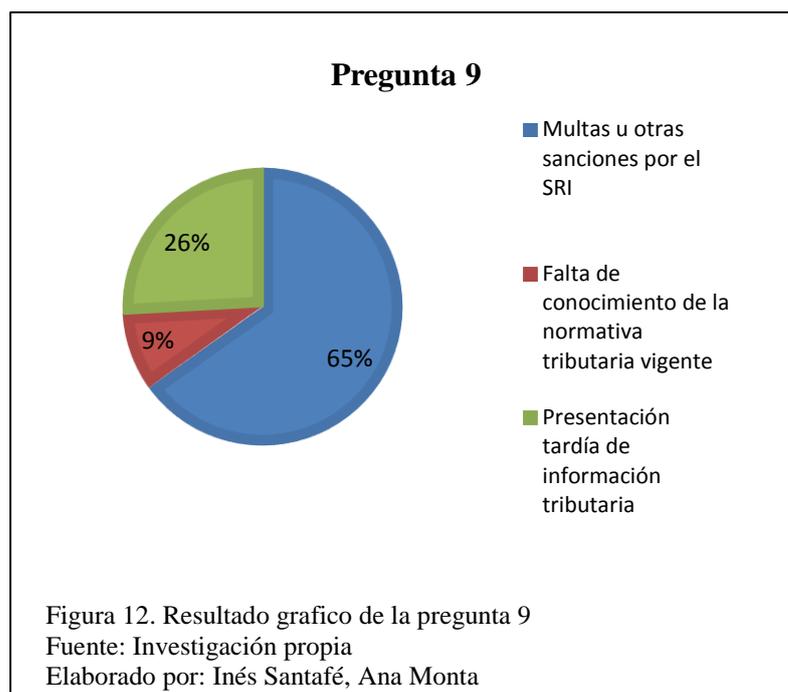
Tabla 15.
Encuesta – pregunta 9

9. ¿Cuál es el problema más común y repetitivo que usted ha tenido en su empresa con relación al manejo y administración de impuestos?		
Respuestas	Total	Porcentaje
Multas u otras sanciones por el SRI	73	65%
Falta de conocimiento de la normativa tributaria vigente	11	9%
Presentación tardía de información tributaria	29	26%
Total	112	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

Se determina que el principal problema tributario que surge en las microempresas encuestadas se debe a la imposición de multas u otras sanciones por parte del Servicio de Rentas Internas, representando el 65% del total de las encuestas; en segundo lugar se ubica la presentación tardía de información tributaria, tales como declaraciones,

anexos, formularios, etc. Finalmente, se observa que la falta de conocimiento de la normativa tributaria vigente por parte del personal representa el 9% del total de encuestas, es decir, los empleados no acceden a las fuentes de información oficial respecto de los constantes cambios relacionados con los tributos en nuestro país.

Pregunta 10. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el servicio de asesoría contable y tributaria de una nueva empresa que está incursionando en el mercado?

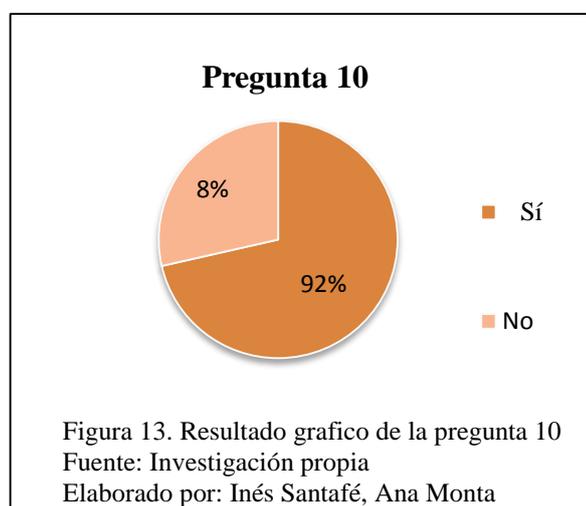
Tabla 16
Encuesta – pregunta 10

Respuesta	Total	Porcentaje
Sí	103	92%
No	9	8%
Total	112	100%

Nota: Tabulación de resultados de la encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Análisis e interpretación:

Se puede observar que la aceptación de contratar los servicios de asesoría contable y tributaria representa el 92% del total de las entidades encuestadas, lo cual nos permite determinar que el proyecto se puede impartir, determinando que la empresa requiere

cumplir las actividades con eficiencia y eficacia dado las anteriores preguntas; con el objeto de satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

1.7. Demanda

La demanda, “señala las cantidades de un bien o servicio que un consumidor estaría dispuesto a adquirir a un determinado precio” (Pontificia Universidad Javeriana, 2001).

La demanda está dado por la necesidad o el deseo de comprar determinado bien o servicio en un precio establecido.

1.7.1 Factores que afectan la demanda

- ✓ El precio de otros bienes,
- ✓ Los bienes o servicios sustitutos y complementarios.
- ✓ Los ingresos que disponen los consumidores.
- ✓ Número de consumidores o tamaño del mercado.

1.7.2 Determinación de la demanda actual

La determinación de la demanda actual, se desarrolla a través de la recolección de información del mercado al cual está destinado el servicio ofertado.

Tabla 17.
Datos históricos de las empresas

Datos históricos			
Núm.	Año	Pichincha	88.26% Quito
1	2008	12,797	11,295
2	2009	13,355	11,787
3	2010	14,830	13,089
4	2011	15,106	13,333
5	2012	15,326	13,527
6	2013	15,799	13,944
7	2014	16,155	14,258

Nota: Número de empresas de Pichincha del 2008 al 2014

Fuente: Superintendencia de Compañías. – INEC 2012 Porcentaje

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.7.3 Análisis de la demanda proyectada:

Con el fin de analizar y cuantificar la demanda del servicio ofertado se deberá realizar la proyección del número de microempresas que desarrollan actividades económicas en el canto Quito para los futuros 5 años, tiempo establecido al fin del cual se realizará la evaluación de la inversión realizada en el proyecto.

Para este estudio realizaremos los cálculos utilizando el método de Mínimos Cuadrados ajustado a una Línea Recta $y = ax+b$.

“El Método de Mínimos Cuadrados se utiliza para calcular la ecuación de una línea recta que minimiza las distancias al cuadrado entre los puntos de datos X-Y y la línea, medida en la dirección del eje vertical Y” (Hanke & Wichern, 2006).

“El método de Mínimos Cuadrados elige los valores para la pendiente y para la intersección con el eje Y, a fin de minimizar la suma de los cuadrados del error – distancias entre los valores Y y la recta” (Hanke & Wichern, 2006).

- Fórmula:

$$y=a+bx$$

Para la aplicación de la formula se debe remplazar a y b de la siguiente manera:

$$a= \frac{\sum x^2 \sum y- \sum x \sum xy}{n \sum x^2 -(\sum x)^2} \quad y \quad b= \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 -(\sum x)^2}$$

- Identificar las variables:

Para realizar la proyección de la demanda del Cantón Quito, es necesario determinar las variables requeridas para la aplicación.

Estas están determinadas por:

X: años usando un código por año

Y: Numero de microempresas

El número de microempresas fue realizado con información de la superintendencia de compañías.

- Desarrollo de la formula

Una vez que se han obtenido los datos históricos referentes al número de empresas ubicadas en el Cantón Quito, se realizan los siguientes cálculos:

Tabla 18.
Demanda Actual

Demanda actual				
Proyección de regresión lineal				
Año	X	Y	XY	X ²
	Cód. Año	Población		
2008	1	11,295	11,295	1
2009	2	11,787	23,574	4
2010	3	13,089	39,267	9
2011	4	13,333	53,330	16
2012	5	13,527	67,634	25
2013	6	13,944	83,665	36
2014	7	14,258	99,809	49
Suma	28	91,233	378,574	140
Promedio	4	13,033	54,082	20

Nota: Desarrollo de la demanda actual por el método de mínimos cuadrados.

Fuente: Regresión lineal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Remplazo de los valores en a:

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{140 \cdot 13,033 - 28 \cdot 54,082}{7 \cdot 140 - (28)^2}$$

$$a = 11,084.20$$

Remplazo de los valores en b:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{7 \cdot 378,574 - 28 \cdot 91,233}{7 \cdot 140 - (28)^2}$$

$$b = 487.26$$

Finalmente se remplaza a y b, en la ecuación lineal,

$$y = a+bx$$

$$y = 11,084.20+487,26 (8)$$

$$y = 14.982$$

Para la realización de las proyecciones futuras se reemplazará a x con el código del año siguiente.

Tabla 19.
Proyección de la demanda

Proyección de la demanda			
Año	Cód. Año	Y= a + bx	92% Aceptación
2015	8	14,982	13.784
2016	9	15,470	14.232
2017	10	15,957	14.680
2018	11	16,444	15.129
2019	12	16,931	15.577

Nota: Proyección de la demanda por el método de mínimos cuadrados.

Fuente: Regresión lineal – Porcentaje proviene de la pregunta 10 de la encuesta.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.8 Oferta

La cantidad ofertada es el total de bienes o productos que el productor desea vender en tiempo determinado y aun precio específico.

“Si una empresa ofrece un bien o un servicio, significa que dicha empresa:

- Cuenta con los recursos y la tecnología para producirlos.
- Puede obtener un beneficio al producirlo, y
- Ha elaborado un plan definido para producirlo y venderlo.

La oferta refleja la decisión acerca de qué artículos es tecnológicamente factible producir” (Parkin, 2009).

De este modo, se encuentra implícita la relación inversa entre las cantidades ofertadas de un bien o servicio y el precio que los consumidores pagarían por él, dependiendo de sus ingresos u otros factores que afectan al uso o consumo en un determinado momento.

1.8.1 Factores que afectan la oferta

- ✓ El estado de la tecnología: la mejora tecnológica optimiza tiempo en la ejecución del servicio.

- ✓ Los precios de los factores productivos: son aquellos costos que se incurren para obtención del producto final.
- ✓ Los impuestos: son aquellos impuestos a los cuales este obligada la empresa a cubrir
- ✓ Número de empresas que produzcan el mismo bien o servicio.

1.8.2 Determinación de la oferta actual

En el proyecto la oferta está determinada por las personas naturales o jurídicas que realizan la prestación de servicio de asesoría contable y tributaria o servicios sustitutos como capacitaciones contables y tributarias en el cantón Quito.

La competencia está determinada como actividades profesionales, científicas y técnicas, según el CIU 4: estructura esquemática por clases.

Tabla 20.
Oferta atendida por la competencia

Número de clientes anuales de la competencia		
No.	Empresas	Cientes
1	Taxadvisory	5
2	MGuevara Asesores	2
3	Sánchez Ojeda	3
4	Asesores Gerenciales S.A	2
5	ACT Consultores	5
	Total	17
	Promedio anual	3

Nota: Determinación del promedio de la oferta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Tabla 21.
Datos históricos oferta

Datos históricos					
Núm.	Año	Número de empresas de asesoría pichincha	88.26% Asesorías de Quito	Demanda promedio atendida por la competencia	Total Oferta
1	2008	1,356	1,197	3	3,590
2	2009	1,349	1,191	3	3,572
3	2010	1,897	1,674	3	5,023
4	2011	2,019	1,782	3	5,347
5	2012	2,294	2,025	3	6,074
6	2013	2,370	2,092	3	6,275
7	2014	2,423	2,139	3	6,416

Nota: Número de empresas de la oferta del 2008 al 2014

Fuente: Superintendencia de compañías – Demanda promedio investigación propia.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.8.3 Análisis de la oferta proyectada

Para la determinación de la oferta aplicamos el método de mínimos cuadrados o regresión lineal.

- Fórmula: $y = a + bx$

Para la aplicación de la fórmula se debe reemplazar a y b de la siguiente manera:

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad y \quad b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

- Desarrollo de la fórmula

Una vez que se han obtenido los datos históricos referentes al número de empresas ubicadas en el Cantón Quito, se realizan los siguientes cálculos:

Tabla 22.
Oferta actual

Oferta				
Año	X	Y	XY	X ²
	Cód. Año	Población		
2008	1	3,590	3,590	1
2009	2	3,572	7,144	4
2010	3	5,023	15,069	9
2011	4	5,347	21,387	16
2012	5	6,074	30,370	25
2013	6	6,275	37,649	36
2014	7	6,416	44,909	49
Suma	28	36,297	160,119	140
Promedio	4	5,185	22,874	20

Nota: Desarrollo de la oferta actual por el método de mínimos cuadrados

Fuente: Regresión lineal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Reemplazo de los valores en a:

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{140 * 36,297 - 28 * 160,119}{7 * 140 - (28)^2}$$

$$a = 3,051.96$$

Reemplazo de los valores en b

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{7*160,119 - 28*36,297}{7*140 - (28)^2}$$

$$b = 533.31$$

Finalmente se reemplaza a y b, en la ecuación lineal

$$y = a + bx$$

$$y = 3.051,96 + 533,31 (8)$$

$$y = 7.318$$

Para la realización de las proyecciones futuras se reemplazará a X con el código del año siguiente.

Desarrollo de la oferta proyectada

Tabla 23.
Oferta proyectada

Proyección de la oferta		
Año	Cód. Año	Desarrollo
2015	8	7318
2016	9	7852
2017	10	8385
2018	11	8918
2019	12	9452

Nota: Proyección de la oferta por el método de mínimos cuadrados.

Fuente: Regresión lineal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.8.4 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha no es más que la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada, esto permite determinar cuantitativamente los clientes potenciales que aún no han cubierto sus necesidades o deseos, los mismos que, mediante una buena estrategia de marketing, pueden ser nuestros futuros clientes.

A continuación se presenta el cuadro de la demanda insatisfecha proyectada.

Tabla 24.
Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2015	13.784	7.318	6.465
2016	14.232	7.852	6.380
2017	14.680	8.385	6.295
2018	15.129	8.918	6.210
2019	15.577	9.452	6.125

Nota: Demanda insatisfecha del proyecto
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.8.5 Oferta del proyecto

“Se determina que un nuevo proyecto puede captar entre el 1 y 10% de la demanda insatisfecha” (Baca Urbina, 2007).

Tomando en cuenta el comportamiento del mercado local, establecemos que el proyecto, en su primer año de funcionamiento captará un 3% del total de la demanda insatisfecha, y para los siguientes cuatro años se espera incrementar en 1% adicional de forma anual, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla 25.
Oferta del proyecto

Oferta del proyecto			
Año	Demanda insatisfecha	Porcentaje de participación	Oferta del proyecto
2015	6.465	3%	194
2016	6.380	4%	255
2017	6.295	5%	315
2018	6.210	6%	373
2019	6.125	7%	429

Nota: Determinación de la oferta del proyecto
Fuente: Estudio de Mercado
Realizado por: Inés Santafé, Ana Monta

1.9 Marketing mix

El estudio del marketing mix abarca el análisis del producto (que para nuestro caso será un servicio), precio, plaza y promoción.

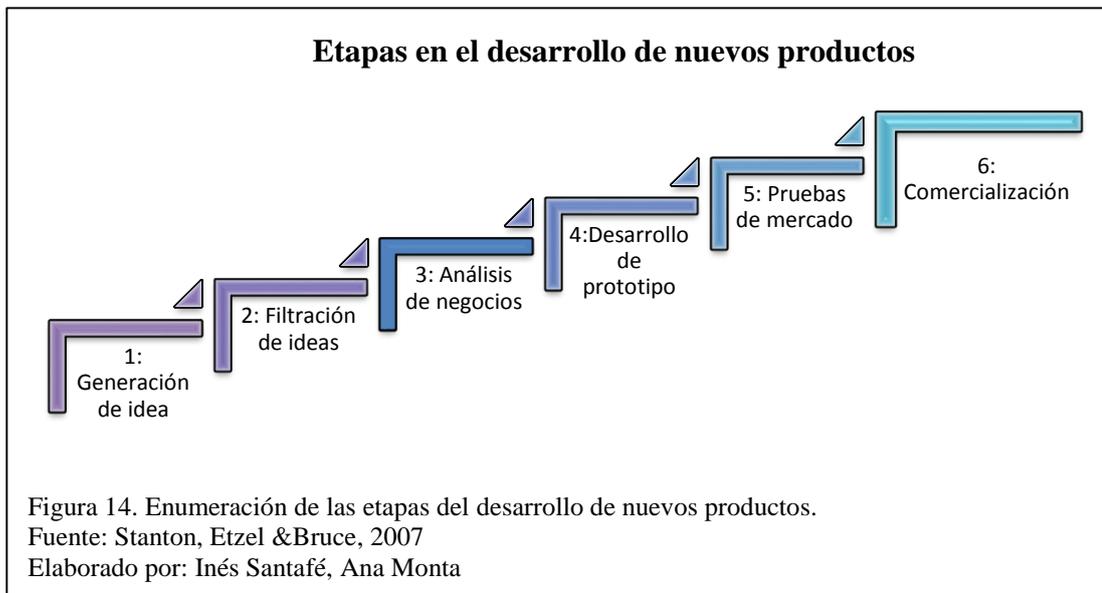
1.9.1 Producto (Servicio)

Al hablar de “producto” en adelante nos referiremos a aquello que ofrece la empresa a sus clientes para satisfacer una necesidad, en el caso de este proyecto, será el servicio de asesoría contable y tributaria.

“Empezaremos por señalar que los servicios consisten básicamente en actividades intangibles que se ofrecen a los clientes para satisfacer un problema o necesidad a cambio de una recompensa monetaria” (Herrero, 2002).

1.9.1.1 Etapas principales en el proceso de desarrollo de nuevos productos

Todo producto que se pretenda comercializar, necesariamente deberá seguir un proceso de iniciación en el mercado. A continuación se resume este proceso:



En este punto, nos concentraremos únicamente en la generación de la idea de producto hasta el desarrollo del prototipo, los demás procesos serán tratados más adelante.

Todo emprendimiento nace de una idea, el primer paso es imaginar qué producto o servicio que se ofrecerá a los clientes. En este proceso nacen varias alternativas de las cuales, una vez filtradas, se obtendrá aquella (o aquellas) que sean más atractivas y viables. Para este propósito se deben considerar aspectos importantes como:

- ✓ Necesidades de los consumidores
- ✓ Innovación
- ✓ Diferenciación del producto o servicio

✓ Aceptación en el mercado local

Posteriormente, se realiza un análisis de negocios o estudio de mercado para determinar, con datos reales, las verdaderas posibilidades de éxito y aceptación que tendría el producto en el mercado.

1.9.1.2 Ciclo de vida del producto

Es ciclo de vida de un producto está ligado profundamente con la supervivencia de una empresa en el tiempo.

Desarrollo del nuevo producto o servicio: en esta fase existe una lluvia de ideas y análisis de las ventajas y desventajas de adoptar o no un nuevo producto. El nivel de ventas es nulo y existe una inversión en estudios de pre factibilidad y factibilidad, gastos de investigación, etc.

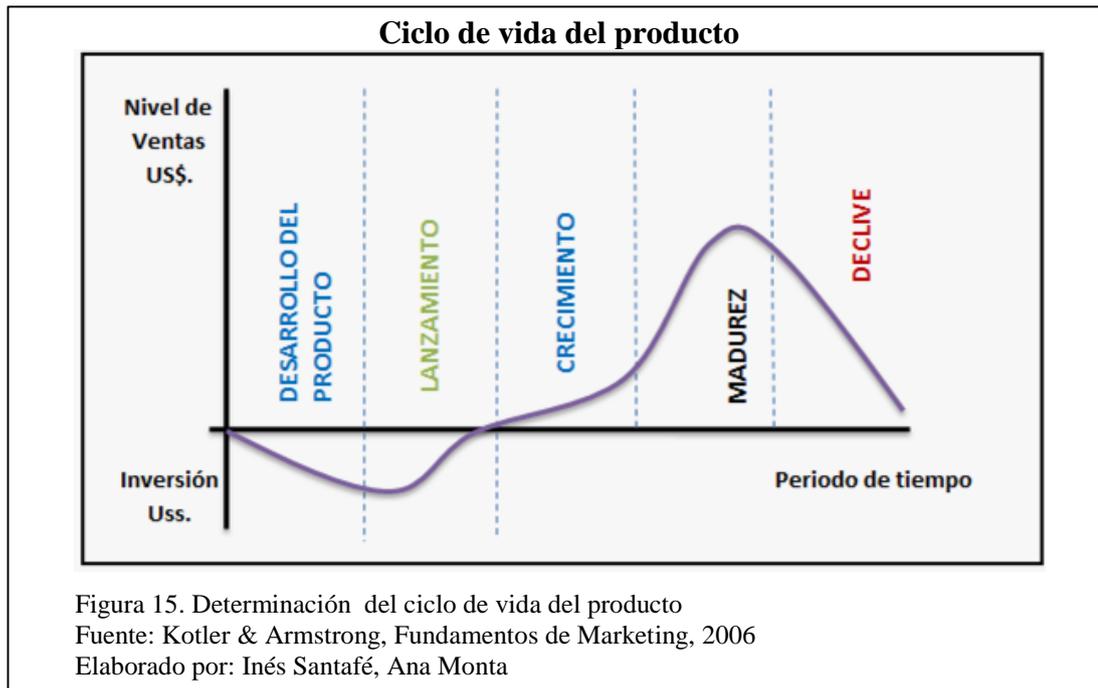
Lanzamiento al mercado: los costos de introducción al mercado de un nuevo producto siempre serán elevados en relación al nivel de ventas, pero son necesarios para dar a conocer al público el nuevo lanzamiento. En esta fase los niveles de ingresos monetarios serán moderados, incluso no llegarán a cubrir el 100% de los costos incurridos.

Crecimiento: el nivel de ventas se incrementa de forma progresiva, el producto se posiciona en el mercado, gracias a la aceptación de los consumidores

Madurez: una vez que el producto se ha afianzado en el mercado será capaz de mantener un nivel de ventas estable que brinde a la empresa la recuperación de la inversión realizada y que además genere un margen de utilidad para los inversionistas.

Declive: finalmente, después de haber generado valor para la empresa, el producto empieza su fase de declinación, donde nuevamente el nivel de ventas decae. En este punto es fundamental que la empresa lance nuevos productos al mercado o haga innovaciones en los productos existentes, caso contrario, como se afirmó anteriormente, la supervivencia de la empresa está en riesgo.

A continuación se presenta el ciclo de vida del producto de manera gráfica:



1.9.2 Precio

“El precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitarían para adquirir un producto” (Stanton, Etzel, & Bruce, 2007)

El precio que se fija a un producto o servicio es un factor fundamental que determinará la cantidad de demanda que tendrá ese bien o servicio. Las decisiones respecto de la fijación de precios por el servicio ofertado tienen un impacto directo y de suma importancia sobre los ingresos monetarios totales que percibirá la empresa por la comercialización de dichos servicios. Partiendo del concepto básico del producto obtenido entre el precio de venta unitario y el número de unidades vendidas se puede tener una estimación de la utilidad esperada en determinado periodo, de ahí la importancia de un análisis minucioso de los costos en los que se incurrirá en la prestación del servicio.

“En el estudio de fijación de precios se deben considerar los costos, niveles de precio de la competencia y objetivos organizacionales” (Kinneer & Taylor, 2003)

A estos aspectos podemos añadir que también es importante considerar el segmento de mercado que se pretende atender, considerar los límites máximos que pueden pagar los clientes potenciales por los servicios ofertados y los servicios complementarios que

se pueden ofrecer de manera adicional con el fin de ganar mayor porcentaje de aceptación en el mercado sin disminuir drásticamente el nivel de utilidad esperada.

1.9.2.1 Fijación de precios

Antes de iniciar con la proyección de ingresos es necesario fijar los precios a cada tipo de servicio que ofrece la empresa. Sin duda, se debe tomar en cuenta y analizar varios factores que influirán directa e indirectamente en la fijación de precios como los costos y gastos incurridos, los precios de la competencia, las condiciones actuales del mercado, la economía del país, etc. Todos estos aspectos deben ser objeto de un estudio minucioso con la finalidad de determinar un precio razonable para los clientes y rentable para los inversionistas.

1.9.2.2 Factores que influyen en la fijación de precios

El precio base que se fijará al servicio de asesoría contable y tributaria deberá considerar, como mínimo, los siguientes aspectos:

1.9.2.3 La oferta y demanda del servicio

En el Capítulo 1: Estudio de Mercado, se determinó la demanda insatisfecha del servicio de asesoría contable y tributaria en el Distrito Metropolitano de Quito así como también la Oferta de un servicio igual o similar prestado por la competencia. Los resultados obtenidos en este estudio ayudan a tener una visión más real respecto de la cantidad y frecuencia demandada, y consecuentemente, se puede realizar una proyección del volumen de ventas esperado para los diferentes años.

1.9.2.4 Las expectativas de rentabilidad de los inversionistas

No debemos olvidar que todo negocio nace con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores y para obtener beneficios económicos para los inversionistas, por lo tanto, las expectativas de rentabilidad de los inversionistas influyen en la determinación del precio del servicio más aún cuando la fijación se basa en el método de costos más margen de utilidad.

1.9.2.5 La competencia

Uno de los factores más determinantes en la fijación de precios es la competencia. No solamente el número de empresas que ofrecen un servicio similar sino también el precio y los servicios o productos adicionales que ofrecen a sus clientes con el fin de ganar su preferencia y fidelidad. Es importante estudiar las estrategias de la

competencia y sus reacciones ante posibles nuevos competidores para desarrollar contrapropuestas novedosas y atractivas que llamen la atención de los clientes.

1.9.2.6 Enfoques para la fijación de precios

Resulta fundamental analizar, detenidamente el enfoque que se considerará para fijar el precio de venta del servicio. Toda empresa realiza este proceso utilizando alguno de los siguientes enfoques:

- Fijación de precios según los costes

Este enfoque básicamente consiste en calcular todos aquellos costos, directos e indirectos, en los que se ha incurrido para prestar el servicio o elaborar un producto y a este valor añadirle un porcentaje de utilidad, el mismo que es fijado en función de los objetivos organizacionales de cada empresa.

A continuación presentamos la fórmula a emplearse en este enfoque de fijación de precios:

Se inicia calculando el costo unitario del producto o servicio:

$$\text{Costo unitario} = \text{Costos variables} + \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Unidades vendidas}}$$

Para calcular el porcentaje del margen de utilidad, suponiendo que se quiere obtener un 25% de ganancia en cada producto o servicio vendido, aplicamos la siguiente fórmula de cálculo:

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo unitario}}{1 - \% \text{ de utilidad}}$$

Es importante señalar que este enfoque solamente tiene éxito cuando se logra alcanzar el nivel de unidades vendidas, caso contrario, los costos fijos se estarían repartiendo en un número menor de productos, lo que significa que los costos unitarios se incrementarían, por lo tanto, el margen de utilidad sería más bajo.

- Enfoque de precios según el valor percibido

Utiliza como elemento clave el valor percibido por el consumidor, es decir, la necesidad cubierta que tiene por la adquisición del bien o la prestación del servicio en

lugar de considerar los costos incurridos. En este método la empresa diseña un producto o presta un servicio de alta calidad, calcula el costo de producción y fija un precio que cubra ese costo más un margen de utilidad. Lo particular de este método es que, con estrategias de marketing la empresa trata de convencer al cliente que el producto o servicio justifica el precio que van a pagar, sin importar que tan alto fuera. Por lo general en este método el nivel de ventas es bajo pero el margen de utilidad por unidad es alto.

- Enfoque basado en la competencia

Philip Kotler y Gary Armstrong señalan que “los consumidores considerarán el valor que le otorgan a un producto observando los precios que fijan los competidores en productos similares” (Kotler & Armstrong, 2004).

En este enfoque, además de considerar el porcentaje de utilidad que se espera obtener por la venta del producto o servicio, se pone especial atención en los precios fijados por la competencia. No se trata de reducir costos que puedan producir una pérdida económica, más bien, se analiza el porcentaje de utilidad que gana la competencia y se trata de mantener un promedio estándar, e incluso se fija uno un tanto inferior al de los principales competidores con el fin de captar mayor número de clientes.

- Fijación de precios basada en la oferta y la demanda

“La oferta y la demanda de un determinado servicio o producto determinan su precio, su producción y los volúmenes de venta. El precio es, en teoría, inversamente proporcional a la demanda y directamente proporcional a la oferta.” (Mejia, 2012)

1.9.3 Plaza

También denominada “distribución” consiste en analizar y determinar qué métodos o formas de distribución se utilizarán para comercializar el producto o servicio. En otras palabras, este proceso consiste en determinar estrategias y canales de distribución del producto o servicio ofertado por una empresa.

En este punto es importante definir qué es un canal de distribución. William J. Stanton define a un canal de distribución como “el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste del

productor al consumidor o usuario de negocios final; el canal incluye siempre al productor y al cliente final del producto en su forma presente, así como cualquier intermediario, como los detallistas y mayoristas” (Stanton, Etzel, & Bruce, 2007)

Para el caso particular de este proyecto, en el cual se pretende comercializar un servicio, es evidente que no existirán intermediarios detallistas o mayoristas. La naturaleza intangible de los servicios crea nuevas alternativas de distribución. A continuación se presenta en resumen los canales de distribución aplicables a los servicios:

a) Canal directo:



Fuente: Stanton, Etzel, & Bruce, 2007
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Ejemplos:

- ✓ Atención médica
- ✓ Servicio de peluquería
- ✓ Consulta psicológica
- ✓ Asesoría de imagen

b) Canal indirecto:



Fuente: Stanton, Etzel, & Bruce, 2007
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Ejemplos:

- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Corredores de seguros
- ✓ Agentes de bienes raíces

1.9.4 Promoción

“La promoción o publicidad del servicio es una herramienta fundamental dentro de las estrategias de marketing de una empresa y ayuda a lograr sus objetivos

organizacionales. Mediante la promoción se pretende estimular el nivel de ventas a través de la aceptación del servicio en el mercado” (Gabriel Escribano Ruiz, 2006).

La promoción de un producto o servicio tiene tres objetivos básicos:

- ✓ Informar
- ✓ Persuadir
- ✓ Recordar

Ningún producto o servicio puede ser vendido si nadie conoce de su existencia. Es necesaria una presentación al mercado del servicio que se pone a consideración de los clientes para llamar su atención.

Una vez que el producto o servicio ya es conocido, es necesario persuadir, convencer al cliente de que realmente el servicio que se le está ofreciendo satisfaga sus necesidades. En este proceso intervienen las grandes competencias entre empresas que ofrecen el mismo producto o servicio al tratar de persuadir a los clientes para ganar su aceptación y lealtad.

Finalmente, una vez que el producto o servicio es aceptado, es importante recordar continuamente a los clientes la presencia del producto o servicio en el mercado. No basta captar clientes, es necesario mantenerlos.

1.9.4.1 Medios, soportes y formas publicitarias

Los medios publicitarios son aquellas vías o canales de información mediante los cuales se transmite un mensaje publicitario.

“El mensaje publicitario es el conjunto de ideas que el anunciante desea hacer llegar al público para conseguir los objetivos fijados” (Escribano, Fuentes Merino, & Alcaraz Criado, 2006).

Los soportes publicitarios son los recursos con los que se cuenta para transmitir el mensaje publicitario a través de un medio.

Las formas publicitarias representan los modos particulares de publicitar un producto o servicio.

A continuación se presentan los medios publicitarios existentes en el mercado, los soportes que tienen dichos medios y las formas de publicitar un producto o servicio:

Tabla 26.
Medios, soportes y formas publicitarias

MEDIOS	SOPORTES	FORMAS
Prensa	Periódicos	Anuncios comerciales
	Revistas	Clasificados
Radio	Emisoras radiales	Cuñas
		Anuncios
Televisión	Televisión nacional	Spots
	Televisión local	Reportajes
	Televisión por cable	Patrocinios
Cine	Salas de cine	Anuncios antes de las películas
		Carteles
		Difusión de imágenes publicitarias durante una película
Internet	Páginas web	Correos electrónicos
		Páginas publicitarias
		Redes sociales
Publicidad externa	Vallas publicitarias	Imágenes, textos
	Unidades de transporte público	Mensajes publicitarios
Publicidad directa	Correo	Cartas
		Catálogos
	Visitas personales	Trípticos, dípticos
		Hojas volantes

Nota: Resumen medios publicitarios posibles del proyecto
Fuente: Escribano, Fuentes Merino, & Alcaraz Criado, 2006
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Considerando los costos que involucran cada uno de los medios presentados en el cuadro anterior, para el desarrollo del presente proyecto se han definido 3 medios publicitarios mediante los cuales se realizarán las campañas de marketing y difusión, éstos son:

- Radio: “el costo por una “cuña” o anuncio publicitario en una radio local, cuyo tiempo de duración se encuentre entre los 10 y 60 segundos oscila entre los US\$. 15, 00 y US\$.45, 00 más IVA por cada anuncio radial” (Radio america, 2014).

Tabla 27.

Costos de Publicidad por medios de comunicación

AMERICA 104.5 FM STEREO – QUITO		
CUÑA o MENCIÓN 10”	Rotativo	USD. 15,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 20”	Rotativo	USD. 18,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 30”	Rotativo	USD. 22,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 40”	Rotativo	USD. 28,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 60”	Rotativo	USD. 45,00 más IVA cada pasada

Nota: Costos de cuñas radiales

Fuente: Tarifario Oficial de Radio América 104.5 FM, Quito

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

También se puede acceder a paquetes mensuales con una cantidad determinada de anuncios diarios y en espacios seleccionados dentro de las programaciones de las radiodifusoras.

- Internet: la opción publicitaria que no requiere de mayor inversión es el internet. Este medio permite llegar de forma masiva a los clientes potenciales, y de ese modo difundir el servicio ofertado. El costo promedio para la creación de una página web oscila entre los US\$.400, 00 y US\$.500, 00 y el servicio es prestado por profesionales de informática o empresas desarrolladoras de software. (EJE comunicaciones, 2014)
- Publicidad directa: para complementar la campaña de marketing se organizarán visitas personales a los clientes potenciales y, a través de hojas volantes, afiches y trípticos, se promocionarán los servicios que ofrece la empresa. Los costos en los que se incurrirá para llevar a cabo esta actividad incluye la impresión de los anuncios publicitarios, tarjetas de presentación y movilización para el personal.

Con la finalidad de tener una idea más clara respecto de los costos por publicidad directa, se realizó una investigación de mercado en las diferentes imprentas que ofrecen el servicio de elaboración de material promocional, como resultado de dicho estudio se concluyó que la oferta más conveniente presenta la Imprenta Favola Print Cía. Ltda. Con la siguiente la lista de precios:

Tabla 28.
Costos publicidad impresa

VOLANTES			
	<p>OPCIÓN 1:</p> <p>Tamaño A5 (21x14,85cm) Papel couche brillo de 115gr</p> <p>Full color 2 lados No Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 180</p>	<p>OPCIÓN 2:</p> <p>Tamaño A5 (21x14,85cm) Papel couche brillo de 115gr Impresión full color 2 lados Con Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 200</p>	<p>OPCIÓN 3:</p> <p>Tamaño A5 (21x14,85cm) Papel couche brillo de 115gr</p> <p>Full color 1 lados No Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 170</p>
TRÍPTICOS			
	<p>OPCIÓN 1:</p> <p>Tamaño A4 (21x29,7cm) Papel couche brillo de 115gr</p> <p>Full color 2 lados No Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 230</p>	<p>OPCIÓN 2:</p> <p>Tamaño A4 (29,7x42cm) Papel couche brillo de 115gr Impresión full color 2 lados Con Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 245</p>	<p>OPCIÓN 3:</p> <p>Tamaño A4 (29,7x42cm) Papel couche brillo de 150gr</p> <p>Full color 2 lados Con Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 260</p>
AFICHES			
	<p>OPCIÓN 1:</p> <p>Tamaño A4 (21x29,7cm) Papel couche brillo de 150gr Impresión full color 1 lado No Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 180</p>	<p>OPCIÓN 2:</p> <p>Tamaño A3 (29,7x42cm) Papel couche brillo de 150gr</p> <p>Impresión full color 1 lado No Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 230</p>	<p>OPCIÓN 3:</p> <p>Tamaño A2 (42x59,4cm) Papel couche brillo de 200gr</p> <p>Impresión full color 1 lado No Barniz UV. No Troquel.</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 410</p>
TARJETAS DE PRESENTACIÓN			
	<p>OPCIÓN 1:</p> <p>Tamaño (9 cm x 5,5 cm) Papel couche brillo de 300gr</p> <p>Full color 2 lados</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 27,00</p>	<p>OPCIÓN 2:</p> <p>Tamaño (8 cm x 6 cm) Papel couche brillo de 300gr Impresión full color 2 lados</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 25,00</p>	<p>OPCIÓN 3:</p> <p>Tamaño (11 cm x 7 cm) Papel couche brillo de 300gr</p> <p>Full color 2 lados</p> <p>COSTO: 1.000 unidades - \$ 28,00</p>

Nota: Tipos de publicidad impresa con los costos respectivos

Fuente: Imprenta Favola Print CÍA. LTDA

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

CAPÍTULO 2

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico consiste en el análisis de la viabilidad de los proyectos en materia técnica. En este punto se analiza, establece y determinan las pautas técnicas necesarias para el desarrollo del proyecto, siendo el resultado de este estudio el factor determinante para conocer si es viable o no la ejecución del proyecto.

Objetivos del estudio técnico

- Analizar los factores que inciden directa e indirectamente en la determinación del tamaño del proyecto con el fin de fijar aquel que maximice la rentabilidad del negocio.
- Identificar los recursos necesarios para desarrollar las actividades dentro de la empresa con la finalidad de analizar el grado de disponibilidad de dichos recursos en el mercado local.
- Definir la capacidad productiva que tendrá la empresa en función de los recursos materiales, tecnológicos, financieros y humanos disponibles.
- Determinar la localización física óptima de la empresa en el sector comercial más favorable.

2.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto consiste en determinar la capacidad de producción que tendrá el emprendimiento durante un periodo de tiempo establecido para recuperar la inversión en activos, personal, tecnología, etc.

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto (Rojas, 2013).

Objetivo del estudio del tamaño del proyecto

- ✓ Plantear y analizar los parámetros necesarios que permitan definir el tamaño óptimo del proyecto y la cantidad mínima y máxima de producción, para el caso del servicio de asesoría contable y tributaria, la cantidad de asesorías ofertadas a los clientes en un periodo dado.

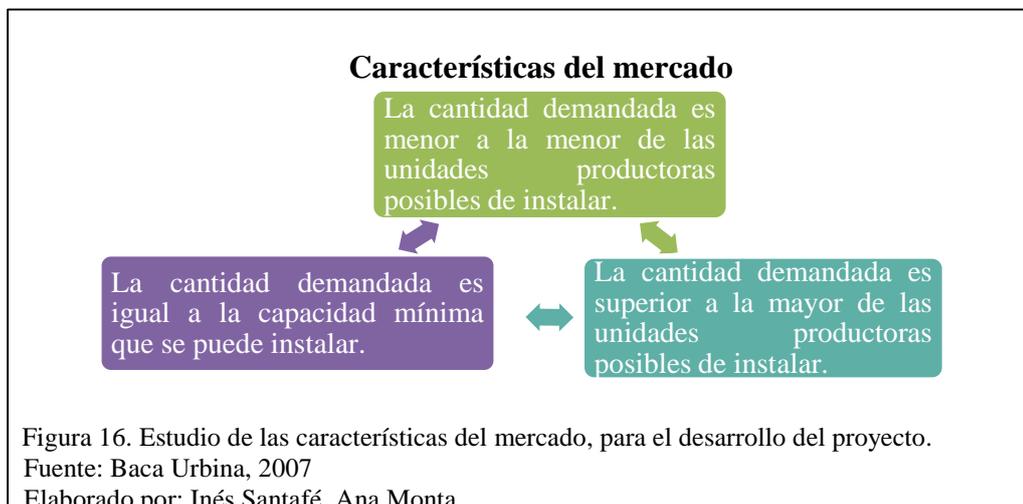
2.1.1 Factores determinantes del tamaño

Los factores que determinan el tamaño del proyecto, entre los más importantes podemos mencionar:

- Estudio del mercado
- Disponibilidad de recursos financieros
- Disponibilidad de recursos humanos
- Disponibilidad de recursos tecnológicos e insumos

Estudio del mercado

En el capítulo anterior se calculó la demanda insatisfecha que el servicio de asesoría contable y tributaria presenta en el Cantón Quito, cifra que en el año 2015 asciende a 13.784 clientes potenciales. El crecimiento anual en la captación de la demanda insatisfecha depende básicamente de las estrategias que la empresa adopte para penetrar en el mercado y las condiciones en las que el proyecto deberá desarrollarse. Es importante considerar que demanda actual y futura del mercado es uno de los factores más relevantes al momento de definir el tamaño del proyecto. Es así que, Gabriel Baca Urbina señala que existen tres situaciones básicas del tamaño del proyecto que pueden ser identificadas en el mercado; éstas son:



Como se puede evidenciar, este análisis pone especial atención en las proyecciones futuras de la cantidad demandada del servicio y la capacidad de respuesta que tendrá la empresa para atender dichas demandas. Esta relación además permitirá optimizar el tamaño físico del proyecto para aprovechar, en la medida posible, la capacidad instalada de la empresa en la satisfacción de las necesidades de los clientes potenciales.

Disponibilidad de recursos financieros

Uno de los pilares fundamentales para poner en marcha un proyecto sin duda es la disponibilidad de recursos financieros existentes en el mercado. Sabiendo que el capital de una empresa se forma, una parte por el aporte de los socios o accionistas y otra por fuentes de financiamiento externas, resulta muy importante realizar un análisis comparativo de las diferentes opciones de financiamiento que ofrecen las instituciones financieras del país, con la finalidad de escoger aquella que más se apegue a los intereses de la empresa.

La disponibilidad de recursos financieros de un proyecto permitirá estimar la capacidad de producción y el porcentaje de penetración que tendrá el nuevo emprendimiento en el mercado.

Para el análisis de las diferentes alternativas de financiamiento en Ecuador, se han investigado las Tasas de Interés Activas vigentes que las entidades financieras más conocidas del país cobran a sus clientes por préstamos para emprendimientos o microempresas. A continuación se muestra en resumen el costo financiero (interés) calculado por cada institución financiera para un crédito referencial de hasta US\$.20.000.00, valor que es accesible para el sector de las PYMES en Ecuador, según se señala en los boletines publicados por las entidades financieras en cumplimiento a la Ley de Transparencia y acceso a la Información Pública (Entidades Financieras, 2014).

Tabla 29.
Crédito entidades financieras

MICROCREDITO / PYMES/ PEQUEÑAS EMPRESAS			
ENTIDAD	TASA EFECTIVA ANUAL (TEA)	TASA MÁXIMA BCE	PLAZO
PROMERICA	11.83%	11.83%	36 MESES PLAZO
BANCO DE GUAYAQUIL	11.83%	11.83%	36 MESES PLAZO
PRODUBANCO	11.83%	11.83%	36 MESES PLAZO
PICHINCHA	11.20%	11.83%	36 MESES PLAZO
PACÍFICO	11.83%	11.83%	36 MESES PLAZO
INTERNACIONAL	11.83%	11.83%	36 MESES PLAZO
BOLIVARIANO	11.83%	11.83%	36 MESES PLAZO
MACHALA	11.83%	11.83%	36 MESES PLAZO

Nota: Resumen de las tasas activas y el plazo de créditos

Fuente: Microcréditos de las entidades financieras

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Según se evidencia en el cuadro anterior, la Tasa Efectiva Anual (TEA) cobrado por las entidades financieras investigadas, en su mayoría, corresponden al mismo porcentaje de la Tasa Máxima fijada por el Banco Central del Ecuador para el sector de las PYMES que es del 11.83% anual. Considerando los resultados de este análisis, la opción más conveniente de financiamiento la presenta el Banco Pichincha con un 11,20% anual con un plazo de hasta 36 meses.

Disponibilidad de recursos humanos

Este proyecto, al tratarse de la prestación de un servicio intangible, deberá poner especial cuidado en la selección de personal que brindará los servicios de asesoría contable y tributaria, así como personal para el área administrativa y de apoyo quienes se encargarán del normal funcionamiento de la empresa.

Bajo nómina, por lo menos el negocio deberá contar con el siguiente personal:

Tabla 30
Disponibilidad de recursos humanos

CANT. REQUERIDA	CARGOS
1	Gerente general o representante legal
1	Profesional contables y tributarios
2	Asistentes contables / tributarios
1	Secretaria
1	Mensajero

Nota: Resumen del personal necesario para la ejecución del proyecto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Para los cargos antes descritos se estableció el perfil básico que cada empleado deberá cumplir para cubrir las vacantes del proyecto. A continuación se detalla cada uno de ellos, así:

a) Gerente general

El gerente general será responsable de planificar, ejecutar y coordinar estrategias y políticas enfocadas hacia la funcionalidad exitosa de la empresa, administrando eficientemente los recursos con la finalidad de agregar valor a todas las actividades desarrolladas dentro de la empresa. Cabe señalar que este cargo puede ser ocupado por cualquiera de los socios o accionistas de la empresa, siempre y cuando exista un común acuerdo y quede asentado en actas debidamente suscritas por todos los socios. La junta general también puede contratar los servicios profesionales de un tercero para administrar la empresa. A continuación se describen los requisitos básicos para ocupar este cargo:

Requisitos

- Título universitario en Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría o Gerencia y Liderazgo
- Capacitación en temas administrativos, manejo de personal, negociación.
- Dominio en temas relacionados a planificación, mercadeo, estrategias empresariales.
- Competencias tales como trabajo en equipo, liderazgo, pensamiento analítico, objetividad.

b) Profesionales contables y tributarios

Los profesionales contables/ tributarios serán los responsables de brindar servicios de asesoría oportuna y de calidad, analizar información verificando exactitud y cumplimiento de normativa legal vigente a fin de garantizar resultados favorables para los clientes. Para ello, la empresa contará con la participación de 3profesionales contables- tributarios, quienes deberán cumplir con los siguientes requisitos básicos:

Requisitos:

- Estudiantes de últimos niveles de la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, egresados o titulados.
- Experiencia 1 año en actividades similares
- Capacitación en normativa contable y tributaria vigente
- Trabajo en equipo y bajo presión
- Independencia, objetividad, juicio y ética profesional

c) Asistentes contables – tributarios

Personal de apoyo a los profesionales contables - tributarios se encargarán de analizar, interpretar y canalizar las consultas de los clientes, deberán demostrar sólidos conocimientos y dominio en el área contable, tributaria, laboral, gestión financiera y económica de la organización.

Requisitos:

- Estudiantes universitarios de las carreras de Contabilidad y Auditoría, Administración de empresas o afines.
- Capacitación en normativa contable y tributaria vigente (no indispensable)
- Proactivos, pensamiento analítico, organización de actividades
- Trabajo en equipo y bajo presión

d) Secretaria

Persona encargada de realizar funciones administrativas y de apoyo inherente al cargo, tales como archivo, redacción de documentos, coordinación de agenda y eventos, atención a clientes y suministro oportuno de materiales de oficina.

Requisitos:

- Título Bachiller o estudiante universitaria
- Dominio de office, internet y sistemas computacionales
- Buena presencia
- Alta capacidad de interrelaciones personales
- Organización, predisposición, agilidad en el trabajo.

e) Mensajero

Su responsabilidad consiste en entregar oportunamente la correspondencia y diversas encomiendas dentro y fuera de la empresa, apoyo en la gestión de cobranza, realizar gestiones en las diferentes instituciones públicas y privadas, además de otras funciones delegadas de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Requisitos:

- Pleno conocimiento de la ciudad
- Responsabilidad y honradez
- Predisposición y amabilidad

Disponibilidad de recursos tecnológicos e insumos

Una vez que el proyecto cuenta con los recursos económicos necesarios para el financiar las operaciones productivas y cuando ya se han definido los perfiles básicos del talento humano necesario para prestar un servicio de asesoría contable y tributaria de calidad, el siguiente aspecto a ser considerado es la disponibilidad de recursos tecnológicos e insumos que se necesitarán para equipar a la empresa y poder desarrollar las actividades de manera normal.

En la actualidad, el equipo tecnológico básico que toda empresa debe disponer se muestra en el siguiente cuadro, así:

Tabla 31.
Disponibilidad de recursos tecnológicos

Equipo	Características	Disponibilidad en el país	Proveedores
Computadores de escritorio	Procesador Intel Core i5 en adelante	Sí	Ponit
	Sistema operativo Windows XP en adelante	Sí	Computrón
	Puertos USB 2.0	Sí	"La Ganga"
	Memoria de 16 GB de SDRAM DDR3 a 1600 MHz	Sí	"Comandato"
Laptop	Procesador Intel® Core i5 en adelante	Sí	Computrón
	Sistema operativo Windows 7, 8, 8.1	Sí	Point
	Puertos USB 3.0	Sí	"i Store"
	Capacidad de almacenamiento 500 GB	Sí	"Comandato"
Internet banda ancha	Conexión por medios de alta velocidad del tipo ATM (Asynchronous Transfer Mode).	Sí	Conecel S.A., Otecel S.A., Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.
	Ancho de banda dedicado de al menos 2 Mb/s	Sí	
Teléfonos inalámbricos	Batería recargable de alta duración	Sí	"Créditos Económicos, Megamaxi, "La Ganga", "Comandato"
Impresora / copiadora	Impresión láser, sistema de recarga continua	Sí	XEROX
Sistema Contable	Licencia para red de datos, capacidad de instalación de estaciones de trabajo	Sí	MQR, SAFI, FENIXCORP, COLIN

Nota: Resumen de los recursos tecnológicos necesarios para la ejecución del proyecto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

En cuanto a los insumos necesarios para poner en marcha el proyecto, a continuación se describen en el siguiente cuadro, así:

Tabla 32.
Disponibilidad de insumos

Insumos	Unidad de medida	Disponibilidad en el sector de ubicación
Papel bond	Resmas	SI
Papel continuo de impresión	Cajas	SI
Cartuchos de tinta para impresión	Unidades	SI
Suministros menores: esferos, lápices, tijeras, resaltadores, etc.	Unidades	SI
Grapadoras, perforadoras	Unidades	SI
Carpetas	Unidades	SI
Libretas	Unidades	SI
Suministros de limpieza: escoba, trapeador, recogedor, basureros	Unidades	SI
Desinfectantes/ Ambientales	Litros	SI
Papel higiénico de baño	Rollos	SI
Jabón líquido	Litros	SI

Nota: Resumen de los insumos necesarios para la ejecución del proyecto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.1.2 Optimización del tamaño

El tamaño óptimo del proyecto será determinado en función del porcentaje de demanda insatisfecha que ha sido captada por la empresa.

El tamaño óptimo es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios o costos sociales. El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año o número de veces que se presta el servicio en la unidad de medida que se aplique al proyecto (Bacalla Villalobos, 2012).

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se debe tomar en consideración, entre otros aspectos, los siguientes:

- a. Valor total de la inversión en el proyecto
- b. Porcentaje de participación en el mercado
- c. Niveles de venta esperados

- d. Disponibilidad de recursos (materiales, económicos, talento humano, tecnológico)
- e. Costos y gastos

2.1.3 Definición de las capacidades de producción

Resulta importante definir claramente la relación entre la capacidad de atención a los requerimientos de los clientes y los recursos disponibles dispuestos para atender a dichas solicitudes. Si se presenta una baja demanda del servicio de asesoría pero se ha invertido mucho más en el espacio físico, personal e insumos necesarios para asistir a los clientes, se estaría desaprovechando la inversión realizada al no obtener los beneficios esperados.

Tipos de capacidad instalada

a) Capacidad ideal

Se refiere a la producción máxima que se puede alcanzar utilizando los recursos disponibles a un 100%, sin considerar eventualidades que pudieran retrasar la prestación del servicio de asesoría. Es un panorama “ideal” que, en forma numérica, puede proyectar el número de clientes atendidos en un periodo dado, sin embargo, los datos que se pudieran obtener de dicho análisis no son tan confiables debido a que en la realidad las causas internas (enfermedades de los empleados, jornadas de capacitación, faltas, atrasos del personal, daño de equipos, etc.) y las externas (fines de semana, declaraciones de días feriados, paros, fenómenos naturales, etc.) pueden intervenir y distorsionar lo que se había proyectado (Rojas, 2013).

En la siguiente tabla se presenta la capacidad ideal que tendría la empresa considerando como promedio que una asesoría contable y/o tributaria demandaría de al menos 40 horas para entregar resultados a los clientes.

Tabla 33
Capacidad ideal.

Descripción	Días de operación al año	# Horas laborables	Total horas disponibles para asesorías	Personal disponible	Total horas disponible para asesorías
Consultoría contable/tributaria	365	24	8760	3	26280

Nota: Determinación de la capacidad ideal del proyecto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

b) Capacidad real

Se refiere a la producción estimada considerando posibles retrasos o eventualidades que podría enfrentar la empresa, ya sea por causas internas o externas a la organización. En este análisis es importante resaltar que la productividad de la empresa está íntimamente ligada al nivel de eficiencia y eficacia en el manejo de los recursos disponibles.

A continuación se presenta la capacidad real que tendrá la empresa para atender la demanda del servicio de asesoría contable y tributaria, tomando en cuenta el número de profesionales propuestos.

Tabla 34.
Capacidad real

Descripción	Días laborables al año	# Horas laborables diarias	Total horas anuales disponibles para asesorías	Número de personal del proyecto	Número total de horas del proyecto para asesorías
Consultoría contable/tributaria	240	8	1920	3	5760

Nota: Determinación de la capacidad real del proyecto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.2 Localización del proyecto

La localización del proyecto, permite determinar la ubicación más ventajosa para el mismo, con el fin de disminuir costos y generar mayor beneficio para los usuarios, ofreciendo servicios de calidad.

2.2.1 Macro localización

La macro localización permite establecer el lugar en donde se ha considerado ubicar la empresa, para el desarrollo del proyecto se ubicará en la Provincia de Pichincha, cantón Quito. Tomando en cuenta que Quito es la capital del Ecuador y posee el mayor número de empresas a nivel nacional, lo que nos permitirá captar oportunamente clientes potenciales.



2.2.2 Micro localización

Para determinar el micro localización del proyecto se recomienda enumerar tres lugares posibles para delimitar el proyecto, el cual será calificado de acuerdo a los factores de decisión. Lo que permitirá a la empresa elegir el lugar que ofrezca mayor beneficios.

2.2.2.1 Factores de micro localización.

Para determinar los posibles lugares de localización se estableció factores principales que son:

- Ubicación comercial

Es el principal factor de ubicación, determinando que se relaciona con el grado de aceptación del proyecto, y la capacidad de captar posibles clientes.

- Seguridad

La seguridad permite tanto a los clientes como los empleados, encontrarse resguardados; la empresa establece como estrategia ubicarse cerca de organismos de auxilio o de vigilancia continua.

- Movilidad

El transporte y vías de acceso, permite ser un atractivo para los clientes estableciendo la rapidez y la facilidad de satisfacer sus necesidades.

- Servicios básicos

Es de vital importancia disponer de agua, luz, teléfono e internet, ya que permite a los clientes recibir un servicio de calidad, y a los empleados disponer de los recursos básicos para ofrecer el servicio.

Después de establecer los factores de ubicación, seleccionamos a los posibles lugares de localización para las oficinas del proyecto, tomando en cuenta que el sector norte es elegido debido a la cantidad de establecimientos comerciales, por lo cual se establece las siguientes alternativas:

a) Sector Carcelén Bajo



Justificativo

El sector de Carcelén, es un sector con limitados establecimientos comerciales, la movilidad es una singular característica del sector, ya que existen varias líneas de transporte; El sector dispone de todos los servicios básicos, la seguridad es normal, no es considerado un sector peligroso.

b) Sector la Kennedy



Justificativo

El sector la Kennedy, es un sector con bastantes establecimientos comerciales, en los últimos años el comercio ha crecido inmediblemente. La movilidad es una ventaja del sector, ya que existen varias líneas de transporte; El sector dispone de todos los servicios básicos y dispone de buena seguridad, ya que cuenta con vigilancia continua.

c) Sector de Calderón



Justificativo

El sector de Calderón es un sector con alto número de establecimientos comerciales, sin embargo en su mayoría los establecimientos son informales, el sector dispone de varias líneas de transporte; cuenta con todos los servicios básicos; la seguridad es una desventaja, ya que debido al número de servicios informales existe afluencia de gente, y el sector no cuenta con medidas preventivas.

2.2.3 Matriz de localización

Para establecer la localización física de un proyecto es evidente que habrá más de una opción que podría considerarse como válida antes de tomar de decisión definitiva. De ahí la importancia de realizar un análisis de los factores que afectan o favorecen a cada sector mediante la estructuración de la matriz de localización.

En dicha matriz se analiza las características de las tres alternativas establecidas de acuerdo a la justificación de cada sector.

2.2.3.1 Matriz Cualitativa

Tabla 35

Matriz localización cualitativa

Matriz de localización cualitativa			
Sector	Carcelén Bajo	La Kennedy	Calderón
Ubicación Comercial	Buena	Buena	Mala
Seguridad	Mala	Buena	Mala
Movilidad	Buena	Buena	Buena
Servicios básicos	Buena	Buena	Buena

Nota: Matriz de selección de localización del proyecto cualitativa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Se determina que, cualitativamente el mejor sector para localizar la empresa es La Kennedy.

2.2.3.2 Matriz cuantitativa

Para la elaboración de la matriz cuantitativa, se determina previamente el factor que tiene mayor influencia en la decisión de localización física del proyecto. Para ello se asigna una calificación de acuerdo al peso que cada factor tendrá de acuerdo al criterio del investigador, siendo el total de los factores no mayor a 1.

Para determinar la calificación se establece un rango de 1 a 10; siendo como máximo 10 y mínimo 1.

La ponderación se obtiene al multiplicar el peso asignado inicialmente por la calificación impuesta por el investigador.

Tabla 36

Matriz localización cuantitativa

Matriz de localización cuantitativa							
Factores	Peso	Carcelén Bajo		La Kennedy		Calderón	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Ubicación Comercial	0.30	8	2.4	9	2.7	6	1.8
Seguridad	0.25	5	1.25	8	2	5	1.25
Movilidad	0.20	7	1.4	7	1.4	7	1.4
Servicios Básicos	0.25	9	2.25	9	2.25	9	2.25
Total	1.00	29.00	7.30	33.00	8.35	27.00	6.70

Nota: Matriz de selección de localización del proyecto cuantitativa

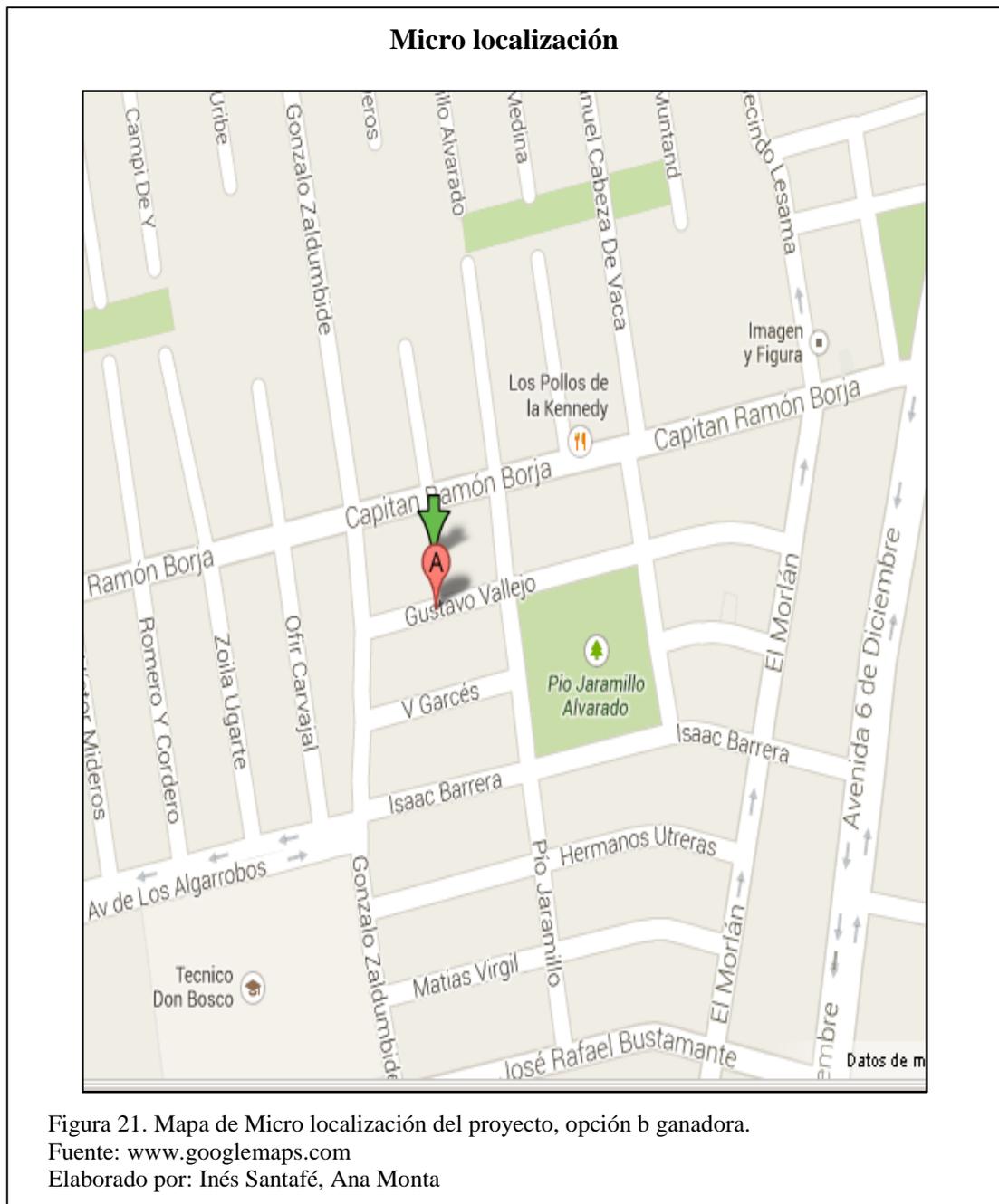
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

De acuerdo a los resultados obtenidos, la calificación ponderada más alta corresponde al sector La Kennedy, lugar que según el estudio realizado es el sitio óptimo para el desarrollo del proyecto.

2.2.3.3 Plano de micro localización

La empresa estará ubicada en el sector la Kennedy en las calles Ramón y Borja y Gustavo Vallejo, lo que permitirá ofrecer un servicio óptimo, con eficiencia y eficacia para satisfacer las necesidades de los clientes, a un bajo costo.



2.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es la etapa donde se determina la inversión total necesaria para llevar a cabo todas las actividades productivas y de apoyo de una empresa. En esta etapa se definen todos los aspectos relacionados con los recursos que serán necesarios para poner en marcha el negocio.

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva (Baca Urbina, 2007).

2.3.1 Procesos de las actividades del proyecto

2.3.1.1 Flujograma del servicio

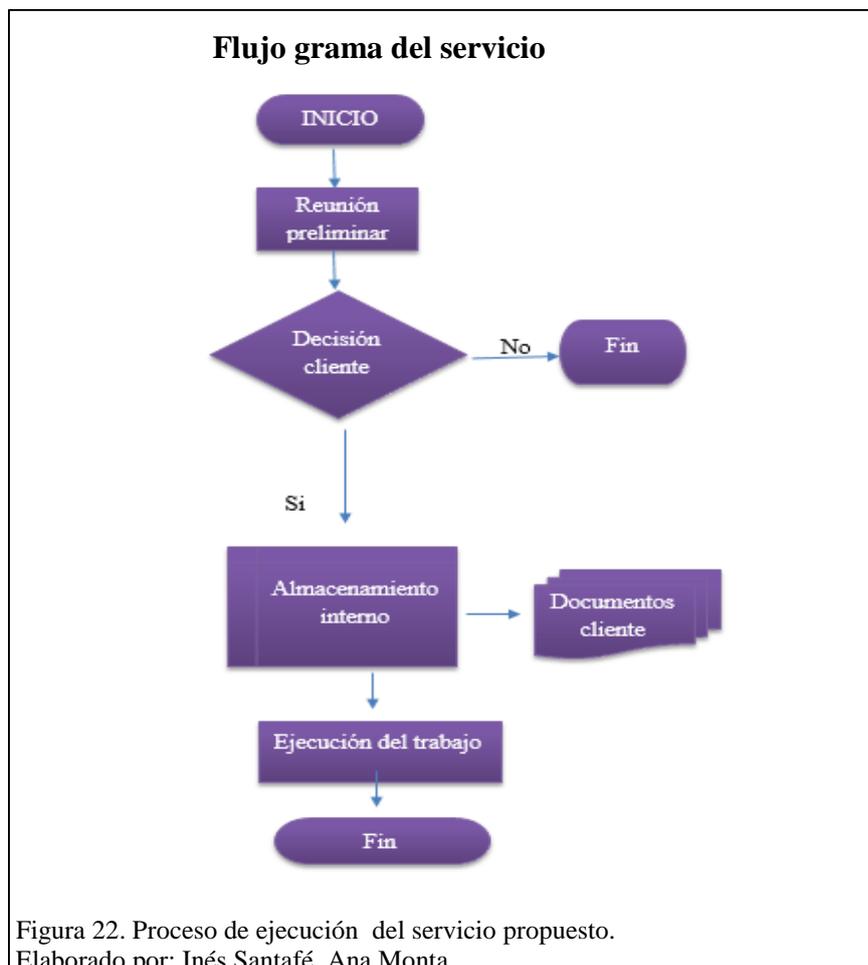
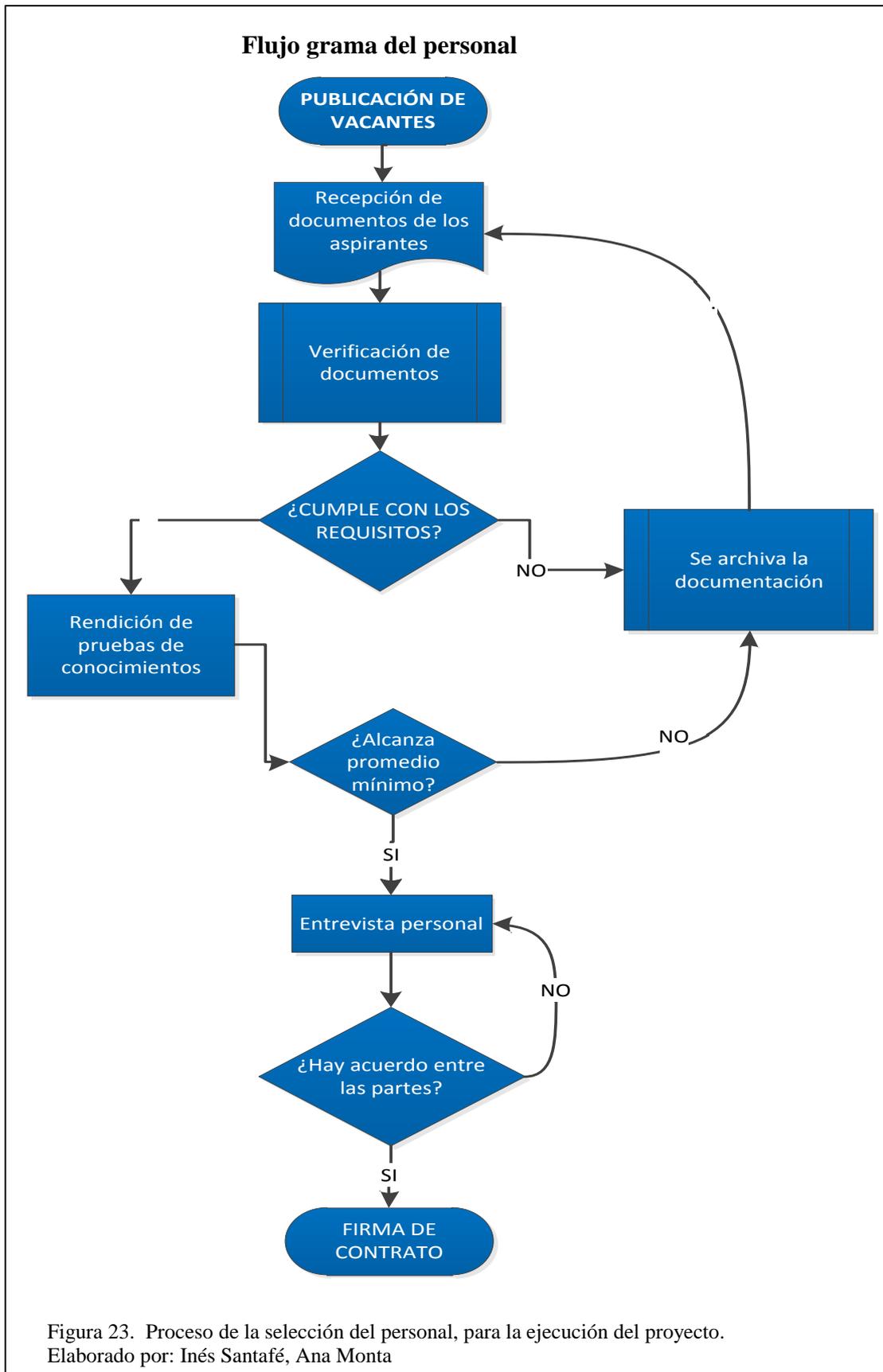
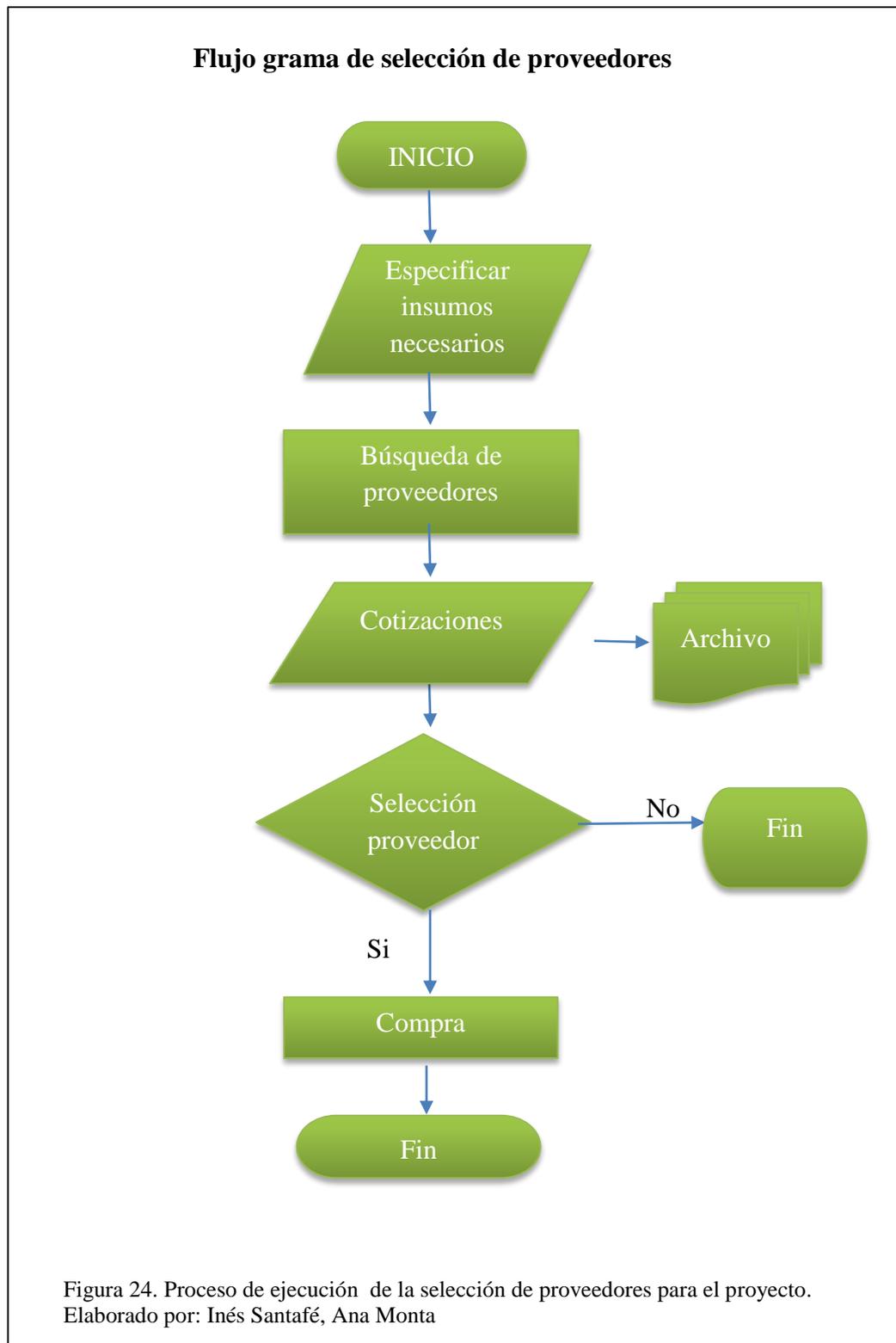


Figura 22. Proceso de ejecución del servicio propuesto.
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.3.1.2 Flujo grama de selección del personal



2.3.1.3 Flujo grama de selección de proveedores



2.3.2 Determinación de las inversiones

2.3.2.1 Recursos tecnológicos

Tabla 37.
Recursos tecnológicos

CANT.	EQUIPO	PROVEEDOR	COTIZACIÓN	V.UNIT.	V.TOTAL
4	Computadores de escritorio	COMPUTRÓN	 <p>OPT3020-15-4570 Marca: DELL Precio: 802,67 VER DETALLE</p> <p>COMPUTADOR DELL OPTIPLEX C15-4</p>	802.67	3.210,68
1	Laptop	COMPUTRÓN	 <p>14-E1Y42LA Marca: HP-COMPAQ Precio: 491,07 VER DETALLE</p> <p>NOTEBOOK HP INTEL CEL-1000M/2G</p>	491.07	491.07
1	Impresora / copiadora	COMPUTRÓN	 <p>L555 Marca: EPSON Precio: 347,32 VER DETALLE</p> <p>MULTIFUNCION EPSON L555 COLOR</p>	347.32	347,32
3	Teléfonos inalámbricos	COMPUTRÓN	 <p>KXTGCC212S Marca: PANASONIC Precio: 58,04 VER DETALLE</p> <p>TELEFONO PANASONIC INALAMB. DE</p>	58.04	174,12
2	Módem internet banda ancha	CNT	 <p>NAVEGO DONDE QUIERO ESPECIALIZADOS EN EL SERVICIO BANDA ANCHA MÓVIL \$15 3.000MB Y NAVEGACIÓN ALTA VELOCIDAD</p>	15.00	30,00
1	Internet fibra óptica	CNT	<p>Internet Pymes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conexión dedicada de internet exclusiva para PYMES. • Planes flexibles ajustados a la necesidad de la empresa. • Conexión a través de medios dedicados de alta calidad. <p>Precio desde: \$45.00</p>	45.00	45,00
1	Sistema contable	Sistema MQR (Licencia Paquete Avanzado)		1.120.00	1.120,00
TOTAL				1,759.10	5,403.19

Nota: Inversión total en recursos tecnológicos del proyecto

Fuente: www.compu-tron.net/; www.cnt.gob.ec, <http://www.mqr.gqnu.net/>

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.3.2.2 Muebles de oficina

Tabla 38.
Mobiliarios

CANT	MUEBLES	PROVEEDOR	COTIZACIÓN	V. UNIT.	TOTAL
4	Escritorios de ángulo de 90°	STAROFFICE		199,00	796,00
5	Sillas modulares ergonómicas	STAROFFICE		52,99	264,95
1	Escritorio gerencial	STAROFFICE		255,00	255,00
1	Silla ejecutiva gerencial giratoria	STAROFFICE		135,00	135,00
1	Mobiliario de recepción (Counter)	STAROFFICE		480,00	480,00
1	Mesa rectangular de 10 m x 6 m	STAROFFICE		299,00	299,00
8	Sillas de visitas	STAROFFICE		44,90	359,20
1	Juego de sofás para recepción	IMPROFICINAS		550,00	550,00
5	Archivadores	STAROFFICE		128,49	642,45
TOTAL MUEBLES Y ENESERES				2.144,38	3.781,60

Nota: Inversión total en muebles de oficina para la ejecución del proyecto

Fuente: <http://www.staroffice.com.ec/archivos.htm>; <http://www.improficinas.com/>

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.3.2.3 Insumos

Tabla 39.
Insumos y servicios varios

DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	VALOR MENSUAL
Insumos de oficina	Comercial Araujo	150,00
Insumos de limpieza	Comercial Araujo	30,00
Servicios básicos	Varios	80,00
TOTAL		260,00

Nota: Inversión total en insumos para la ejecución del proyecto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.3.2.4 Recursos humanos

Tabla 40.
Recursos humanos

CANT. REQ.	CARGOS	VALOR SUELDOS USD.	
		UNIT	TOTAL
1	Gerente general o representante legal	700,00	700.00
1	Profesionales contables y tributarios	480,00	480.00
2	Asistentes contables / tributarios	354,55	709.10
1	Secretaria	347,45	347.45
1	Mensajero	344,59	344.59
	TOTAL SUELDOS	2.226,59	2.581,14

Nota: Inversión total en sueldos del personal para la ejecución del proyecto

Fuente: Ministerio de relaciones laborales, 2014.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.3.3 Distribución física de la empresa

Para un óptimo funcionamiento físico de la empresa se requiere un espacio separado por áreas estratégicamente planteadas, con el fin de utilizar eficiente y eficazmente los recursos. La cual va a ser dividida con paneles de madera en las áreas que se requiera.

El valor mensual de arriendo por las oficinas es de US\$.450, 00.

Tabla 41.
Distribución física de la empresa

Distribución física de la empresa	Área
Área de trabajo	57.45 m2
Cafetería y servicios sanitarios	6.25 m2
Recepción	21.65 m2
Gerencia	21.65 m2
Sala de reuniones	16.80 m2
Total	123.8 m2

Nota: Distribución física del proyecto por áreas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Plano de distribución física

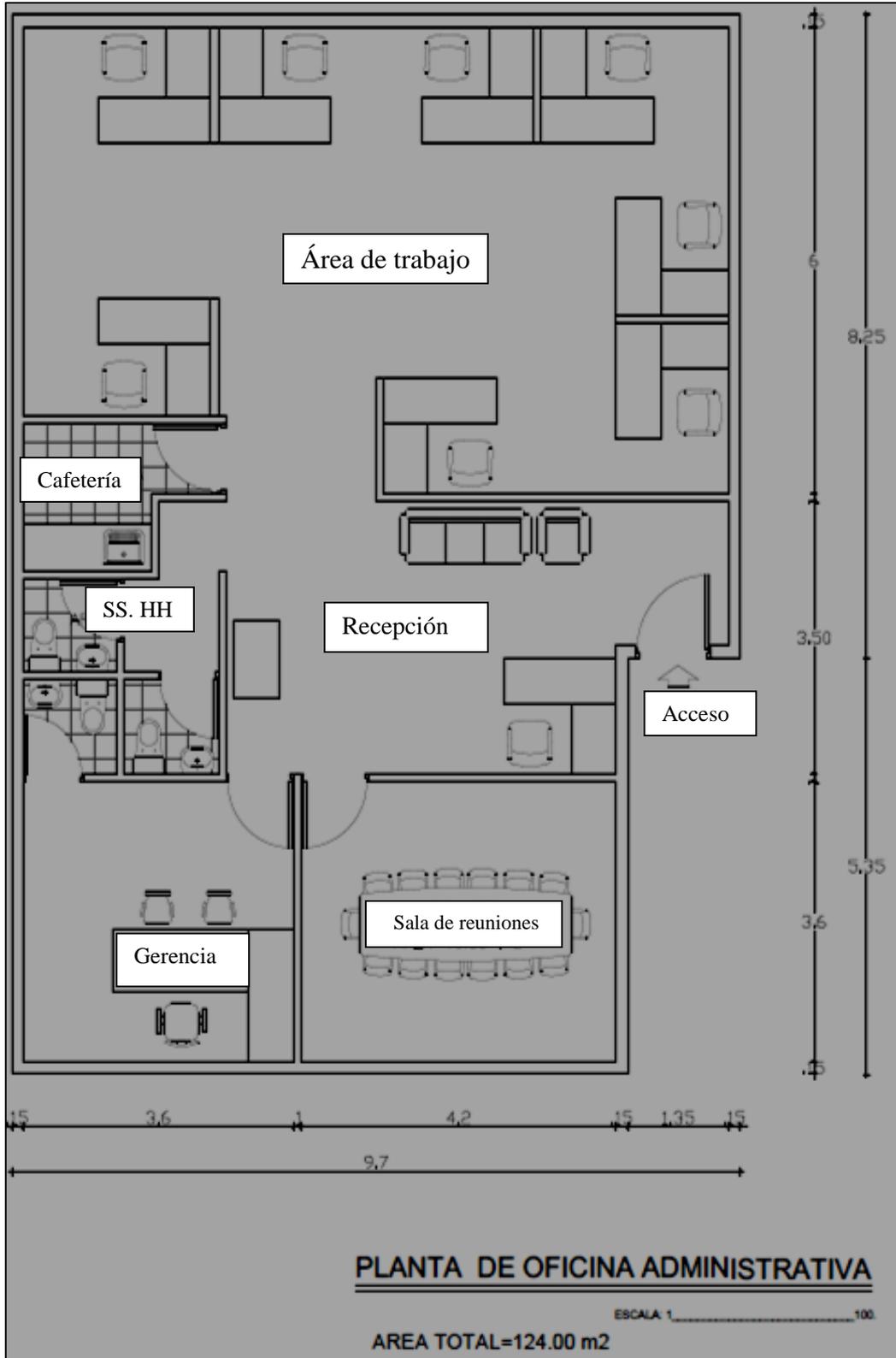


Figura 25. Plano de distribución física, separada por áreas de trabajo.
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

2.3.4 Calendario de ejecución del proyecto

Tabla 42.

Calendario de ejecución del proyecto año 2015

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	1ra S.	2da S.	3ra S.	4ta S.	1ra S.	2da S.	3ra S.	4ta S.	1ra S.	2da S.	3ra S.	4ta S.	1ra S.	2da S.	3ra S.	4ta S.	1ra S.	2da S.	3ra S.	4ta S.
Elaboración y análisis de estudios de factibilidad	■	■	■	■																
Trámites legales para la Constitución de la empresa					■	■														
Obtención de permisos de funcionamiento							■	■												
Trámites de financiamiento en entidades bancarias									■	■										
Conocimiento del local comercial											■									
Reparaciones y adecuaciones en infraestructura e instalaciones del local comercial											■	■								
Adquisición de equipos, muebles de oficina, insumos													■							
Equipamiento del local comercial													■	■						
Proceso de reclutamiento y selección de personal																	■	■		
Proceso de capacitación al personal																			■	
Proceso de difusión del servicio ofertado																				■
Operación del negocio																				■

Nota: Calendario de actividades para la ejecución del proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

CAPÍTULO 3

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Un aspecto fundamental para la creación de una empresa es identificar claramente los trámites que se deberán seguir para constituir legalmente la organización. Una vez que se han cumplido con todos los requisitos de funcionamiento resulta importante definir y dejar por escrito la base filosófica y administrativa de la empresa mediante la identificación de misión, visión, objetivos, valores y principios organizacionales, así como la organización jerárquica por cargos y funciones dentro de la empresa.

Objetivos del estudio organizacional:

- Identificar los trámites que deberán llevarse a cabo con el fin de constituir legalmente la empresa.
- Definir la base filosófica y administrativa de la empresa la misma que servirá como guía para la administración eficiente del negocio.
- Definir funciones y responsabilidades específicas para los colaboradores de la empresa según el cargo que desempeñan dentro de la organización, con el fin de evaluar constantemente la consecución de objetivos establecidos para cada cargo.

3.1 Base legal

El Artículo 2 de la Codificación de la Ley de Compañías del Ecuador establece que, en nuestro país hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

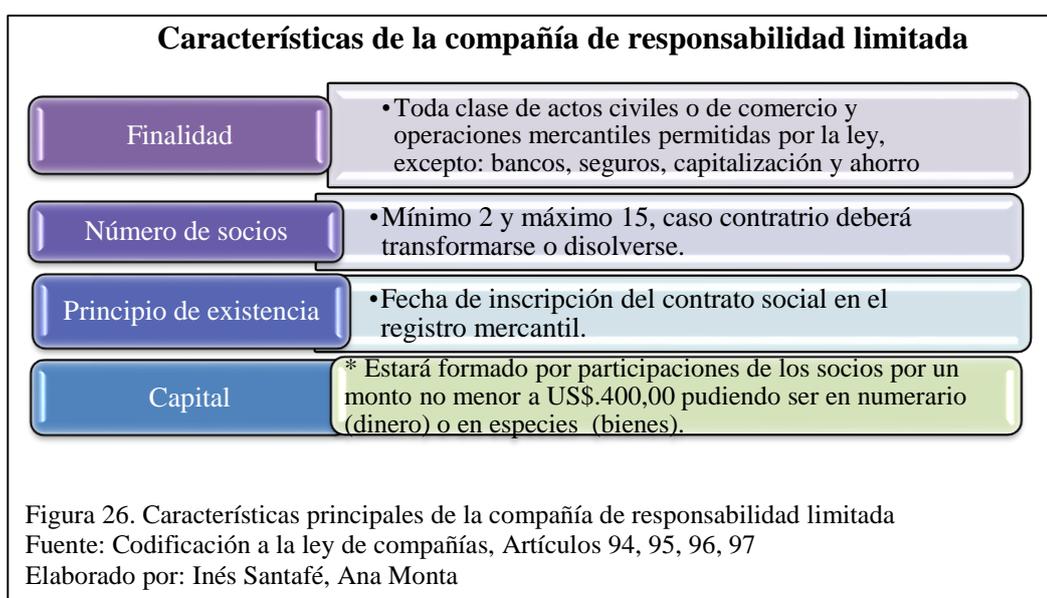
- * La compañía en nombre colectivo;
- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

“Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación” (Codificación de la ley de compañías del Ecuador, 1999).

Considerando los requisitos legales, económicos y el número de participantes en cada tipo de compañía, para el presente proyecto se adoptará la figura de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuya definición se la presenta a continuación, así:

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, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura (Codificación de la ley de compañías del Ecuador, 1999).

Para tener un conocimiento más amplio sobre este tipo de compañías a continuación se presenta de forma resumida las condicionantes que deben cumplirse para que la empresa pueda operar bajo la denominación de Compañía de Responsabilidad Limitada:



3.2 Constitución de la empresa

3.2.1 Trámites legales de constitución

Los trámites legales a realizar para construir una Compañía de Responsabilidad Limitada son los siguientes:

a) Solicitud de aprobación del nombre de la compañía:

En este tipo de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía acompañado con las palabras “Compañía Limitada” o sus siglas Cía. Ltda. Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y no tarda más de 30 minutos.

b) Apertura de cuenta de integración de capital:

Se puede tramitar en cualquier banco presentando el formulario que proporciona la entidad bancaria, junto con las copias de las cédulas de los socios, la aprobación de la Superintendencia de Compañías del nombre de la empresa y el valor del depósito de al menos US\$400,00.

c) Elevar a escritura pública:

Debe presentarse una minuta de constitución elaborada por un abogado certificado en cualquier Notaría Pública, se adjunta copia de las cédulas de ciudadanía y papeletas de votación de los socios, aprobación del nombre de la compañía, certificado bancario de apertura de la cuenta de integración de capital y el pago por los servicios notariales.

d) Solicitud de aprobación de las escrituras de constitución:

Bajo el patrocinio de un abogado se deberán presentar a la Superintendencia de Compañías 3 ejemplares de las Escrituras de Constitución de la Compañía, copia de la cédula de ciudadanía del abogado patrocinador y el Formulario para la aprobación de Escrituras de Constitución.

e) Publicación del extracto de constitución:

La superintendencia de compañías, una vez aprobadas las Escrituras de Constitución entregará un extracto que deberá ser publicado en el periódico de mayor circulación dentro de la ciudad de domicilio de la compañía.

f) Obtener la patente municipal:

“Para realizar el trámite de obtención de la patente municipal por primera vez se deberá presentar en cualquier administración zonal de Quito los siguientes requisitos” (Municipio de Quito, 2014).

- ✓ Formulario de inscripción de patente. (descargar de: www.quito.gob.ec / Formularios de descarga)
- ✓ Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- ✓ Copia de la Escritura de Constitución en caso de Personas Jurídicas.
- ✓ En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

g) Inscripción en el Registro Mercantil:

Conforme lo determinado en los artículos 37, 38, 61, 136, 146, 307 y 311 de la Ley de Compañías para la inscripción de una constitución de compañía en los registros mercantiles, el usuario presentará:

- ✓ Tres (3) copias certificadas de los testimonios de la escritura pública de Constitución, en las cuales deberá constar la razón de marginación de la Resolución aprobatoria en la respectiva escritura matriz, sentada por el notario ante el cual se otorgó la constitución.
- ✓ Original y copia de la Patente Municipal
- ✓ Original de la Resolución de aprobación del acto, emitida por la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Publicación del Extracto emitido por la autoridad competente realizada en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio de la compañía.
- ✓ Si la compañía se constituye con la aportación de un bien inmueble, el usuario deberá inscribir la escritura en el registro de la propiedad de forma previa a la presentación en el registro mercantil, de no cumplirse con esta formalidad el registrador mercantil no podrá inscribir dicho acto.

Cabe señalar que también se debe inscribir en el Registro Mercantil los nombramientos del Presidente y Gerente General de la Compañía para obtener las Hojas de Datos Generales de la Compañía y de los Socios, documento que es emitido por la Superintendencia de Compañías (Codificación de la ley de compañías del Ecuador, 1999).

h) Obtención de las hojas de datos generales de la compañía y de sus socios:

Una vez que se cuenta con todos los documentos anteriores, se debe reingresar toda la documentación a las dependencias de la superintendencia de compañías para obtener las hojas de datos generales de la compañía y de los socios, documentos que certificarán la existencia legal de la empresa.

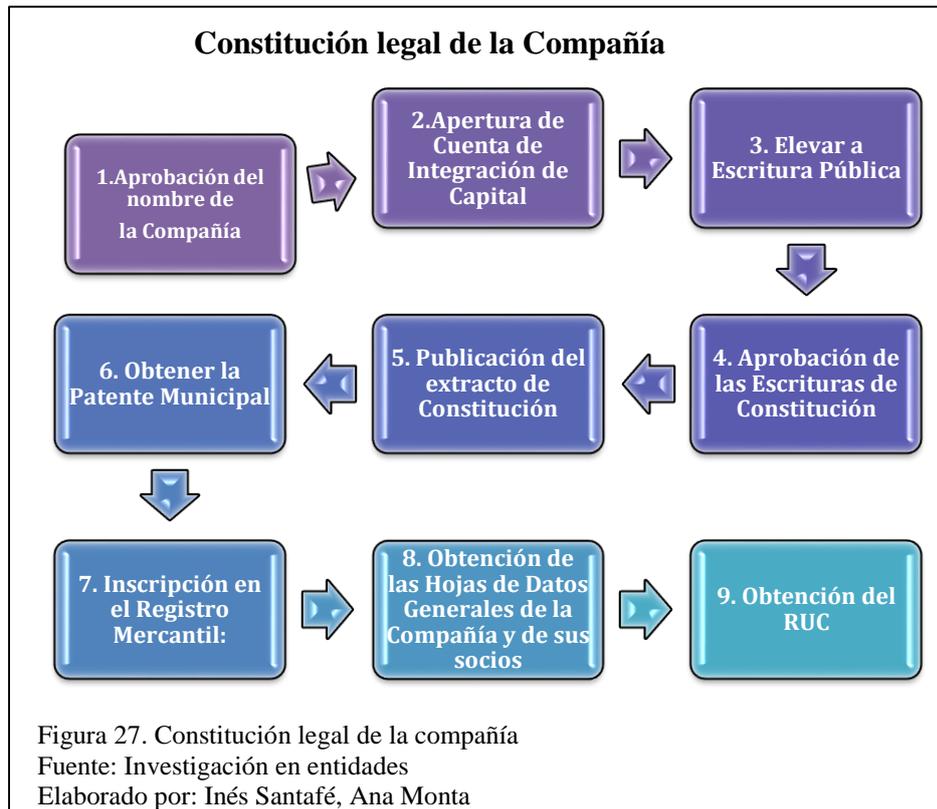
i) Obtener el RUC:

Una vez que la Superintendencia de Compañías entrega las Hojas de Datos Generales se puede dar inicio al trámite de obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el Servicio de Rentas Internas, para lo cual se deberá acudir a las dependencias del SRI con los siguientes requisitos:

- ✓ Formulario RUC 01-A, debidamente lleno y suscrito por el Representante Legal, (si la sociedad registra más 8 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha que la puede consultar en la página web del SRI)
- ✓ Formulario Ruc 01-B, se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz y deberá ser suscrito por el Representante Legal.
- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil

- ✓ Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)
- ✓ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o su cónyuge, o de un socio y debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión de la planilla.
- ✓ Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión del documento.
- ✓ Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: patentes, permiso anual de funcionamiento, etc.
- ✓ Original y copia del pago de la patente municipal a nombre del contribuyente (Servicio de Rentas Internas, 2014).

A continuación se presenta de forma resumida el proceso que se llevará a cabo para la constitución legal de la compañía:



3.2.2 Identificación de la empresa

3.2.2.1 Razón social:

La razón social es el nombre real o de fantasía que se le asigna a una empresa para ser diferenciada del resto de compañías. Considerando que el tipo de empresa seleccionado para el presente proyecto es una Compañía de Responsabilidad Limitada, el nombre de la empresa deberá estar acompañado por las siglas Cía. Ltda.

Partiendo de la definición dada, la razón social de la empresa dedicada a la asesoría contable y tributaria ubicada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito será:

“CONTAXES” Asesores Contables y Tributarios Cía. Ltda.

3.2.2.2 Logotipo:



Símbolos del logotipo:

- La silueta de una persona con los brazos levantados en señal de victoria, representa la satisfacción que tendrán los clientes una vez que reciban el servicio de asesoría contable y tributaria para sus negocios.
- La forma de una pirámide representa las actividades a desarrollarse para prestar un servicio de calidad a los clientes, actividades que van desde lo general hasta lo particular, desde aquellas actividades de apoyo hasta las gerenciales, todas ellas necesarias para ofrecer un servicio que ofrezca la plena satisfacción de los clientes.
- El símbolo de dólares representa el ahorro en términos monetarios que los clientes tendrán al contratar los servicios de una asesoría seria, oportuna y eficaz.
- El color azul simboliza tranquilidad. La tranquilidad que queremos ofrecer a los clientes en los asuntos relacionados con el manejo y administración de impuestos y recursos de sus negocios. La tranquilidad de cumplir con las obligaciones fiscales a tiempo y sin multas.

3.2.2.3 Slogan:

¡Soluciones efectivas para su negocio!

Con esta pequeña frase se busca captar la atención de los clientes quienes requieren de una asesoría en materia contable y tributaria para administrar eficientemente sus negocios. Adicionalmente, con este slogan se pretende evidenciar la característica principal que tendrá el servicio de asesoría: Efectividad en las soluciones brindadas a los clientes.

3.3 Filosofía empresarial

3.3.1 Misión

La misión institucional representa aquella actividad a la cual se dedicará la empresa, el objeto por el cual fue creada. En la misión se presenta un resumen breve de los productos y servicios que se ofrecen a los clientes así como las características que los diferencian de la competencia.

La misión debe ser clara y sencilla de entender, capaz de explicar por sí misma la actividad a la que se dedica una empresa y las necesidades que cubre con la prestación

del servicio o producto. A continuación se presenta la misión institucional de la empresa “CONTAXES” Asesores Contables y Tributarios Cía. Ltda.

Brindar un servicio de asesoría contable y tributaria eficaz y oportuno a personas naturales y jurídicas que desarrollan sus actividades económicas en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, ofreciendo soluciones efectivas a los clientes.

3.3.2 Visión

La visión es una proyección deseada de la empresa a futuro, es decir, cómo deseamos ver a nuestro negocio dentro de “n” años. La visión optimista de una empresa sirve como guía para establecer las acciones necesarias que se deberán llevar a cabo para alcanzar una meta definida. Para el presente estudio, se espera que la empresa “CONTAXES” Asesores Contables y Tributarios Cía. Ltda. Se consolide y posicione en el mercado dentro de los próximos 5 años, por lo tanto, su visión será:

Convertirnos en una empresa sólida y reconocida en el mercado por la calidad en el servicio de asesoría contable y tributaria, buscando de este modo expandirnos a nivel nacional mediante la apertura de nuevas sucursales durante los próximos cinco años.

3.3.3 Objetivos estratégicos

Son las metas que una empresa planifica alcanzar en un periodo de tiempo determinado aplicando estrategias claramente definidas. El propósito de establecer los objetivos estratégicos en una empresa es marcar el camino hacia la mejora continua de los procesos que se llevan a cabo dentro de la organización.

Considerando la naturaleza, misión y visión de la empresa, se han establecido los siguientes objetivos estratégicos de la empresa “CONTAXES” Asesores Contables y Tributarios Cía. Ltda.

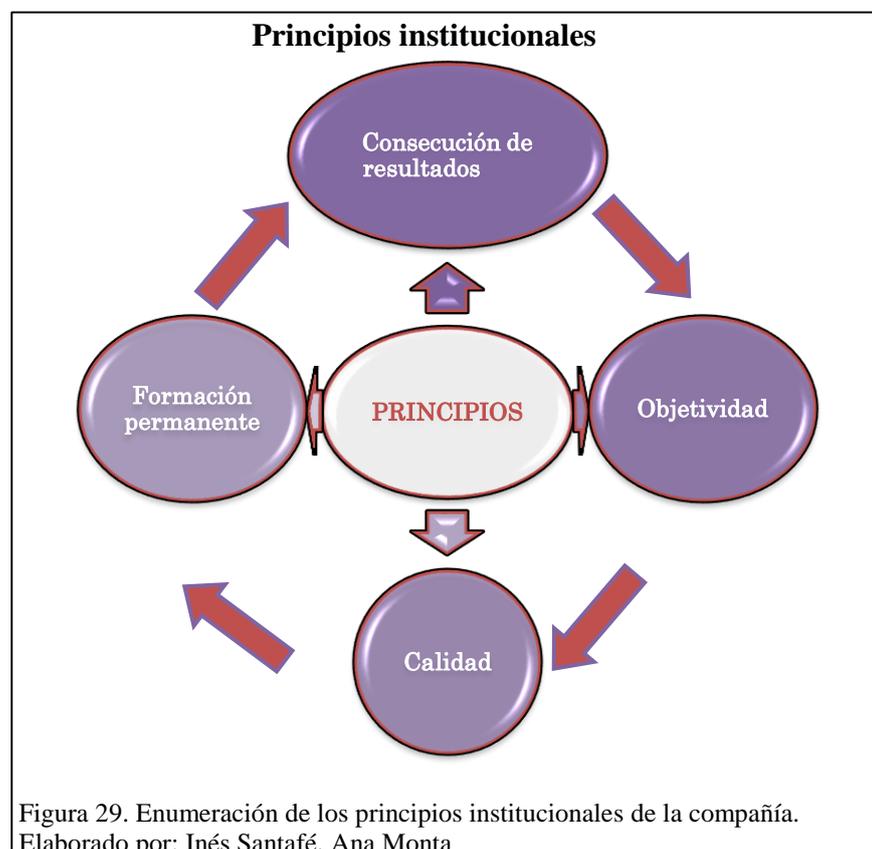
- Aumentar un 10% anual en el nivel de ventas del servicio de asesoría contable y tributaria en los próximos 5 años.

- Aumentar la capacidad productiva anual de la empresa en un 10% anual, durante los próximos 5 años.
- Capacitar al 100% de los colaboradores de la empresa en actualización de normativa tributaria y contable vigente durante el primer semestre del año 2014.
- Reducir el tiempo de consultas y requerimientos de los clientes

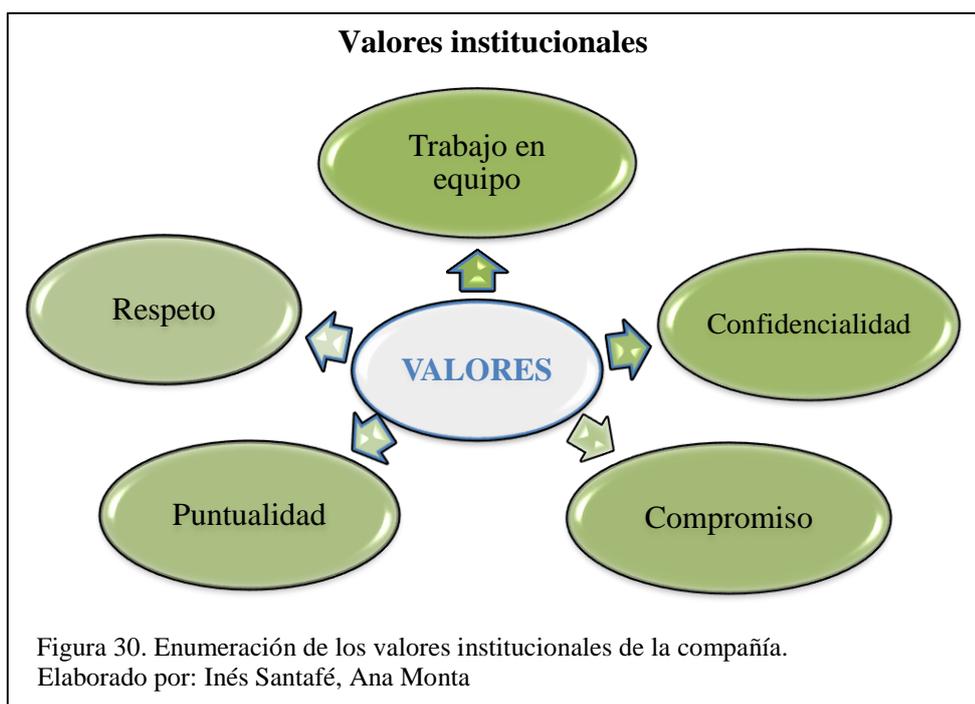
3.3.4 Principios y valores institucionales

Podemos definir a un principio como “leyes naturales que son externas a nosotros y que en última instancia controlan las consecuencias de nuestros actos.” (Parejo, 1998) Mientras tanto que los valores tienen un sentido más personal, mostrándose como cualidades subjetivas que guían el modo de actuar cotidiano de cada persona. Al referirnos a los principios y valores institucionales se hace una inducción a las conductas individuales y grupales esperadas dentro de la empresa con el fin de garantizar un entorno agradable en el cual se desarrollarán las actividades productivas de la empresa.

- Los principios institucionales bajo los cuales se normará el comportamiento de los colaboradores de la empresa son los siguientes:



- Consecución de resultados: ofrecer a los clientes soluciones ágiles y efectivas para sus negocios de manera oportuna, salvaguardando sus intereses y a la vez obteniendo rentabilidad por la calidad del servicio de asesoría ofertado.
 - Objetividad: ofrecer un servicio de asesoría imparcial y objetivo a los clientes, sin anteponer intereses particulares que pudieran causar deterioro a la imagen corporativa de la empresa.
 - Calidad: controlar las actividades y procesos desarrollados dentro de la empresa con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y entregar un producto final de calidad.
 - Formación permanente: el grupo de colaboradores de la empresa es la “materia prima” con la que se cuenta para llevar a cabo el servicio de asesoría contable y tributaria, por lo tanto, la formación permanente es un principio que prevalece en la empresa sabiendo que, fruto de dicha formación, se podrá atender de mejor forma las consultas y requerimientos de los clientes, generando un valor agregado al servicio y diferenciándolo de la competencia.
- Los valores institucionales bajo los cuales se espera tener el comportamiento de los colaboradores la empresa son los siguientes:



- Trabajo en equipo: coordinación y comunicación directa entre los miembros del equipo de colaboradores, con el fin de garantizar un servicio de calidad a los clientes.
- Confidencialidad: mantener y archivar la información del cliente de forma segura, evitando posibles filtraciones de información a terceros, excepto en casos en los que la ley lo exija.
- Compromiso: crear un ambiente de trabajo agradable para los colaboradores, donde prime el respeto y consideración como seres humanos con la finalidad de concientizar que el compromiso mostrado hacia el cumplimiento de objetivos y metas laborales es valorado dentro de la organización.
- Puntualidad: garantizar el pleno cumplimiento del trabajo y las obligaciones laborales en el tiempo establecido con los clientes, mediante una planificación de actividades y procesos previamente definidos.
- Respeto: crear un entorno interno y externo de una conducta respetuosa hacia el otro, justa y amigable enmarcada en el trato cortés y atento tanto a clientes como entre compañeros de trabajo.

3.3.5 Análisis FODA

El análisis FODA comprende de 4 aspectos fundamentales a ser considerados previa la puesta en marcha de todo negocio, estos son: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del entorno. Este análisis se constituye en una herramienta indispensable para conocer el entorno interno y externo que envuelve a la empresa, aprovechar las fortalezas y oportunidades que brinda el mercado para comercializar el servicio y poner mayor atención y tomar medidas preventivas y/o correctivas en relación a las debilidades y amenazas que deberá enfrentar la empresa.

Para analizar los aspectos antes mencionados es importante tomar en consideración el tipo de servicio que se ofrece a los clientes, es decir, enfocarnos en las características del servicio para poder identificar claramente los aspectos positivos y negativos, internos y externos que se involucrarán directamente en el éxito o fracaso del negocio.

A continuación se presenta la matriz FODA de la empresa “CONTAXES” Asesores Contables y Tributarios Cía. Ltda.

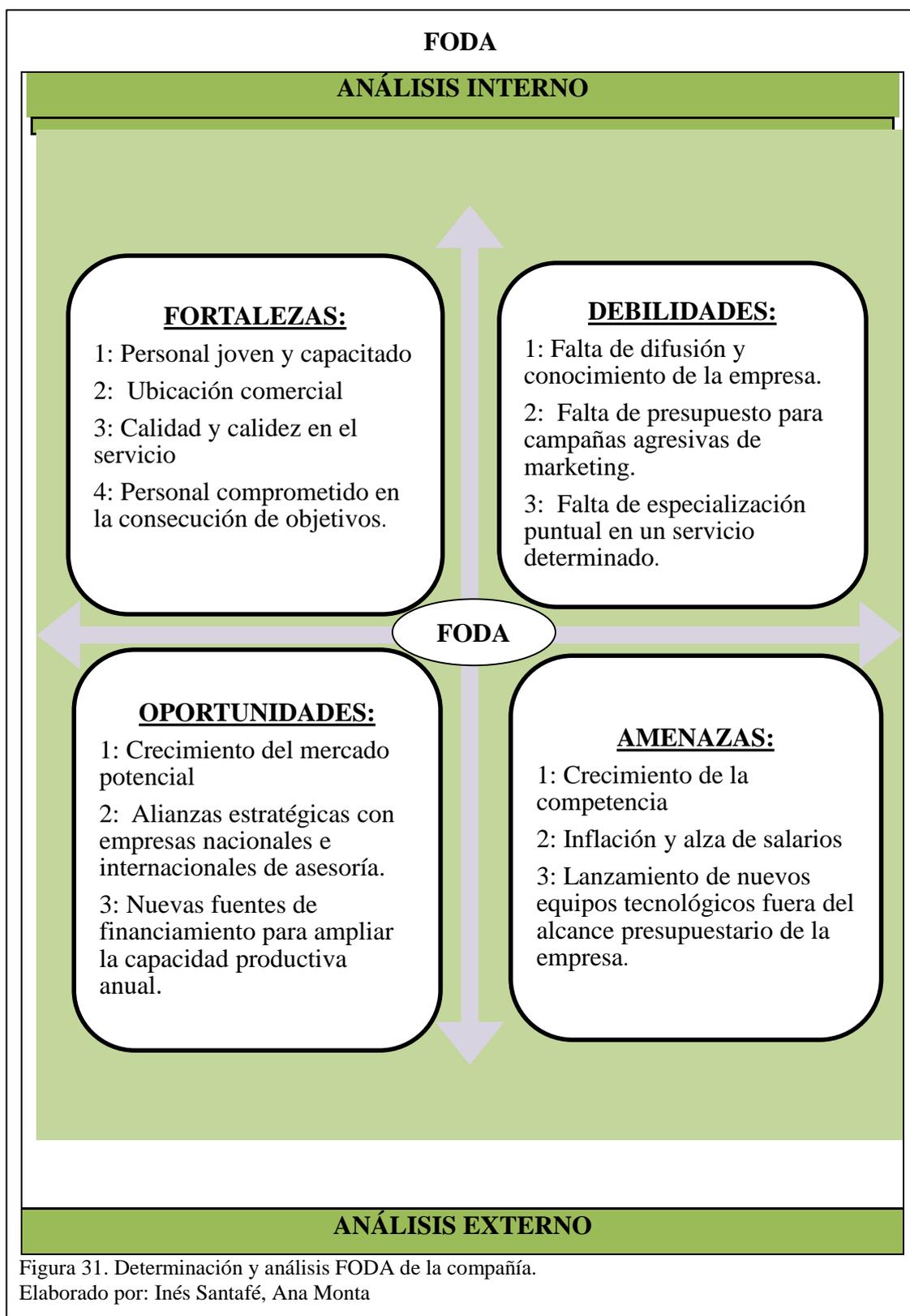


Figura 31. Determinación y análisis FODA de la compañía.
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

3.4 La organización

La organización de una empresa se basa en el uso eficaz y eficiente de los recursos que dispone la misma, basándose en los procedimientos para alcanzar los objetivos propuestos.

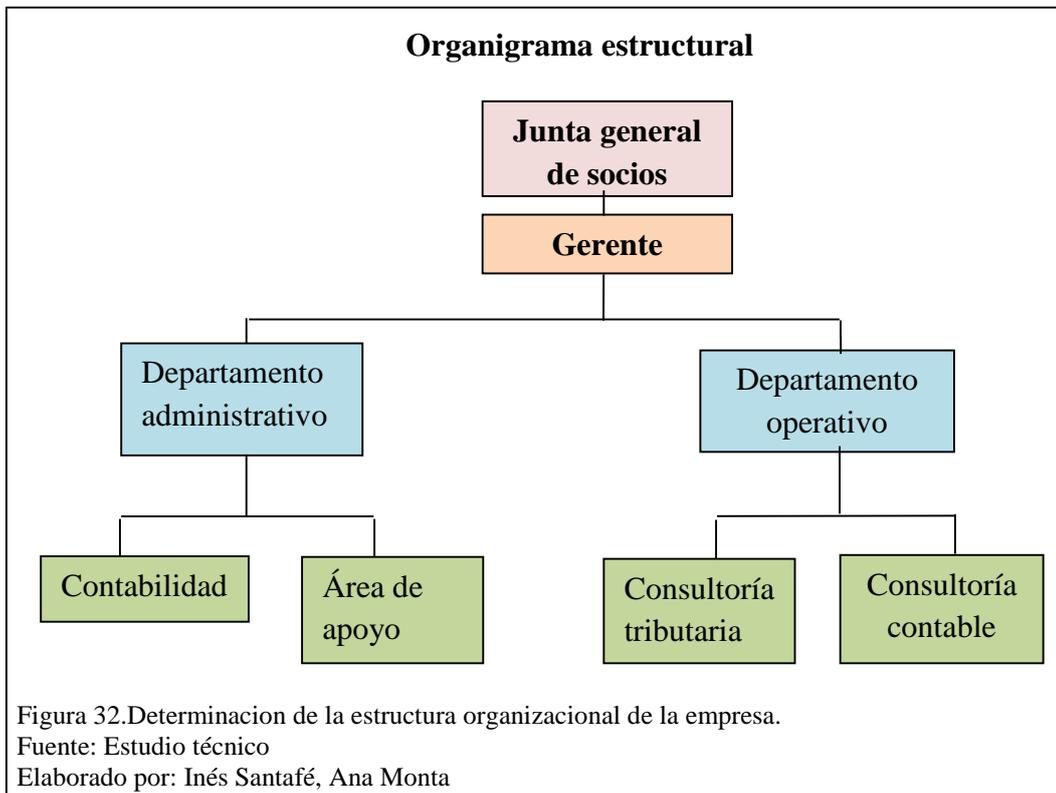
3.4.1 Estructura orgánica

Es el esquema de jerarquización y división de funciones, estableciendo líneas de autoridad y delimitación de responsabilidades departamentales y por ende individuales.

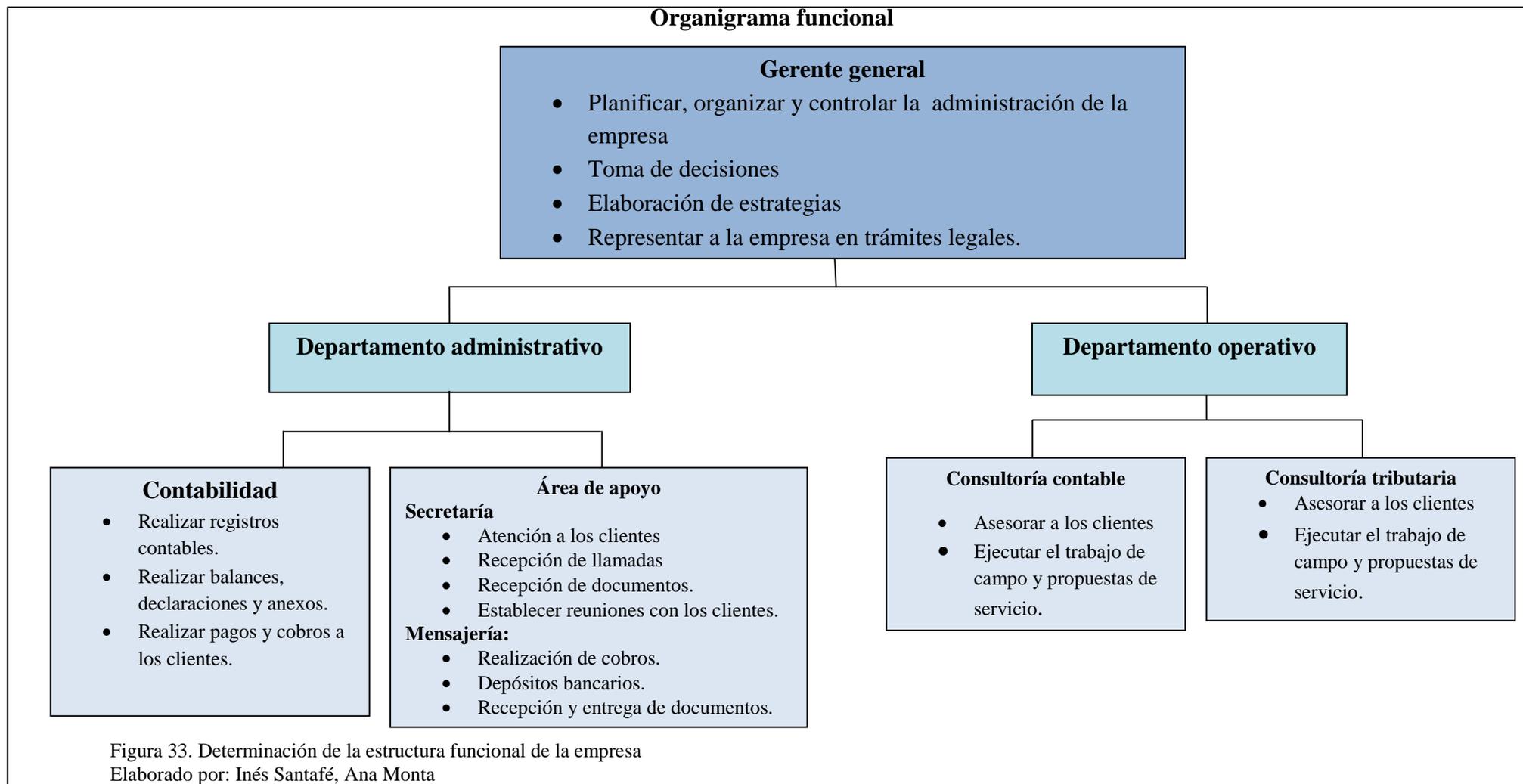
La empresa cuenta con el nivel directivo en donde se encuentran la junta directiva de socios, el gerente general en el nivel ejecutivo y el nivel operativo los profesionales y asistentes.

3.4.2 Organigrama estructural

El organigrama es un instrumento administrativo que determina la estructura de la organización, estableciendo el nivel jerárquico de cada individuo. A continuación se presenta el organigrama estructural de la empresa “CONTAXES” Asesores Contables y Tributarios Cía. Ltda.



3.4.3 Organigrama funcional



3.4.4 Objetivos estratégicos del proyecto

Tabla 43.

Cuadro de objetivos estratégicos

Objetivo	Estrategias	Plazo	Responsable	Recursos	Indicadores de gestión	
					Descripción	Periodo de evaluación
Aumentar el 10% anual en el nivel de ventas de asesoría contable y tributaria.	1) Publicar el servicio en redes sociales e internet.	1 año	Asistentes contables / tributarios	Acceso a internet; redes sociales; computador	Nivel de ventas real / Nivel de Ventas esperado.	Mensual
	2) Ofrecer descuentos a los clientes quienes recomienden el servicio a otras personas.			Base de datos; tabla de descuentos; computador		
	3) Realizar visitas personales a los clientes ofreciendo los servicios asesoría.			Transporte; hojas informativas; tarjetas de presentación		
Aumentar la capacidad productiva anual de la empresa en un 10% anual.	1) Contratar más personal.	1 año	Gerente general	Proceso de selección de personal	Capacidad productiva real / Nivel de productividad esperado	Mensual
	2) Mantener la fidelidad de los clientes a través de la prestación de un servicio de calidad.			Personal capacitado.		
	3) Ampliar el espacio físico de la empresa.			Infraestructura: edificio, escritorios, computadores,		

Capacitar al 100 % de los colaboradores de la empresa, en actualización de normativa tributaria y contable vigente	1) Realizar capacitaciones periódicas del personal.	1 Año	Gerente general	Personal capacitado.	Número de empleados capacitados / Número de empleados de la empresa.	Trimestral
	2) Entregar semanalmente al personal los boletines tributarios que se envíen al SRI.			Boletines tributarios, computador.		
	3) Asistir a cursos intensivos en actualización contable y tributaria.			Empresas q dicten cursos contables y tributarios, y calendario de cursos del SRI.		
Atender las consultas y requerimientos de los clientes diariamente.	1) Designar a una persona que se encargue de revisar los correos y dividir por aéreas, de acuerdo a lo requerido por los clientes.	1 Semestre	Gerente general	Personal, computador, escritorio	Número de requerimientos recibidos / Número de requerimientos atendidos.	Mensualmente
	2) Enviar a los clientes un formato universal de requerimientos para una mejor comprensión de la consulta realizada.					
	3) Realizar seguimiento de los correos asignados a cada área.					

Nota: Determinación de objetivos estratégicos, medidos con indicadores de gestión
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

CAPÍTULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

El último, pero no menos importante estudio a realizar para el presente proyecto es el Estudio Financiero. En este capítulo se abarcarán temas relacionados directamente con la planificación y análisis financieros del proyecto tales como: presupuestos, planes de inversión, costos, gastos, rentabilidad, etc. Además se analizará desde un enfoque financiero los resultados obtenidos en los estudios desarrollados anteriormente, es decir, el estudio de mercado, técnico y administrativo. Con los resultados obtenidos del Estudio Financiero se podrá finalmente determinar si el proyecto que se pretende realizar es o no rentable, sabiendo que todo emprendimiento nace para satisfacer necesidades y obtener ganancia por las actividades productivas realizadas dentro de la organización.

4.1 Objetivos del estudio financiero

- Determinar la cantidad de recursos monetarios necesarios para desarrollar las actividades económicas del proyecto.
- Analizar las opciones de financiamiento existentes en el mercado con la finalidad de escoger aquella que brinde mayores beneficios para la empresa.
- Proyectar los ingresos y gastos esperados en determinado periodo de tiempo mediante la elaboración y análisis de Estados Financieros proforma.
- Evaluar la viabilidad económica del proyecto

4.2 Plan de inversión inicial

La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad.

En este plan se “priorizan” las necesidades de inversión que tendrá el proyecto, incluyendo aquellas que son indispensables para el desarrollo de las actividades productivas y postergando aquellas que complementan los procesos o son secundarias. Se debe tener en que la empresa inicia su operación en el mercado, por lo tanto, se debe tener una visión realista respecto del nivel de ventas esperado, el mismo que, en muchos emprendimientos, no alcanza a cubrir los costos y gastos incurridos en el proyecto.

Para armar el plan de inversión inicial se debe empezar por distinguir las siguientes categorías de inversión:

4.2.1 Inversión en bienes tangibles

Comprende todos los rubros que abarcan la adquisición de equipos, materiales, local comercial, infraestructura, etc.

Tabla 44.
Activos tangibles

ACTIVOS TANGIBLES	
Descripción	Inversión US \$.
Equipo de Computación	4.049,07
Equipo de Oficina	174,12
Muebles de Oficina	3.139,15
Muebles y Enseres	642,45
Suministros de Oficina (anual)	1.800,00
Suministros de Limpieza (anual)	360,00
Total	\$ 10.164,79

Nota: Resumen de la inversión de los activos tangibles

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.2 Inversión en bienes intangibles

Aquellos que no se pueden percibir pero que son indispensables para el funcionamiento de la empresa, tales como un sistema contable.

Tabla 45.
Activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	
Descripción	Inversión US\$.
Licencias de Software	1.120,00
Total	1.120,00

Nota: Resumen de la inversión de los activos intangibles

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3 Gastos operacionales

Son aquellos gastos que intervienen en el funcionamiento directo de la empresa y de sus actividades económicas.

Dentro de este grupo se incluyen los gastos relacionados con los empleados (sueldos, beneficios sociales), depreciaciones y aquellos relacionados con la administración, ventas y marketing.

4.2.3.1 Gastos relacionados con el personal

**“CONTAXES” Cía. Ltda.
ROL DE PAGOS**

Tabla 46.
Rol de pagos

CANT.	CARGOS	Rol de pagos				Rol de provisiones				
		VALOR SUELDOS USD.		VALOR ANUAL		13ER SUELDO	14TO SUELDO	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES
		UNITARIO	TOTAL	SUELDO	A.PATRONAL					
1	Gerente General	700.00	700.00	8,400.00	1,020.60	700.00	340.00	700.00	350.00	2,090.00
1	Profesionales contables y tributarios	480.00	480.00	5,760.00	699.84	480.00	340.00	480.00	240.00	1,540.00
2	Asistentes contables / tributarios	354.55	709.10	8,509.20	1,033.87	709.10	680.00	709.10	354.55	2,452.75
1	Secretaria	347.45	347.45	4,169.40	506.64	347.45	340.00	347.45	173.73	1,208.63
1	Mensajero	344.59	344.59	4,135.08	502.44	344.59	340.00	344.59	172.30	1,201.48
TOTAL SUELDOS		2,226.59	2,581.14	30,973.68	3,763.39	2,581.14	2,040.00	2,581.14	1,290.57	8,492.85

Nota: Elaboración del rol de pagos y provisiones mensual para la ejecución del proyecto.

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.2 Depreciaciones

Las depreciaciones se realizan por el método del porcentaje legal, el cual establece los siguientes porcentajes:

Tabla 47.

Porcentaje de depreciación

Porcentaje de depreciación		
Descripción	Porcentaje legal	Vida útil
Muebles de oficina	10%	10 años
Equipo de oficina	10%	10 años
Equipo de computo	33.33%	3 años
Muebles y enseres	10%	10 años

Nota: Tabla de porcentajes de depreciación de los activos fijos

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.2.1 Depreciación muebles de oficina (área operativa):

Tabla 48.

Depreciación muebles de oficina (área operativa)

Descripción	Valor unit.	Valor total	% de Dep	Dep. Mensual (USD)	Dep. Anual (USD)	Dep. Total (periodo 10 años)	Saldo en libros USD.
4 Escritorios de ángulo de 90°	199,00	796,00	10%	6,63	79,60	398,00	398,00
4 Sillas modulares ergonómicas	52,99	211,96	10%	1,77	21,20	105,98	105,98
TOTALES	251,99	1007,96		8,40	100,80	503,98	503,98

Nota: Depreciación de activos fijo por el método del porcentaje legal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.2.2 Depreciación muebles de oficina (área administrativa):

Tabla 49.

Depreciación muebles de oficina (área administrativa)

Descripción	Valor Unit.	Valor total	% de Dep	Dep. mensua l (USD)	Dep. anual (USD)	Dep. total (periodo 5 años)	Saldo en libros USD.
1 Silla modular ergonómica	52,99	52,99	10%	0,44	5,30	26,495	26,50
1 Escritorio Gerencial	255,00	255,00	10%	2,13	25,50	127,5	127,50
1 Silla Ejecutiva Gerencial giratoria	135,00	135,00	10%	1,13	13,50	67,5	67,50
1 Mobiliario de recepción (Counter)	480,00	480,00	10%	4,00	48,00	240	240,00
1 Mesa rectangular de 10 m x 6 m	299,00	299,00	10%	2,49	29,90	149,5	149,50
8 Sillas de visitas	44,90	359,20	10%	2,99	35,92	179,6	179,60
1 Juego de sofás para recepción	550,00	550,00	10%	4,58	55,00	275	275,00
TOTALES	1.816,89	2.131,19		17,76	213,12	1.065,60	1.065,60

Nota: Depreciación de activos fijo por el método del porcentaje legal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.2.3 Depreciación de muebles y enseres (área operativa):

Tabla 50.

Depreciación de muebles y enseres (área operativa)

Descripción	Valor Unit.	Valor total	% de Dep.	Dep. Mensual (USD)	Dep. Anual (USD)	Depreciación total (periodo 5 años)	Saldo en libros USD.
5 Archivadores	128,49	642,45	10%	5,35	64,25	321,23	321,23
TOTALES	128,49	642,45		5,35	64,25	321,23	321,23

Nota: Depreciación de activos fijo por el método del porcentaje legal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.2.4 Depreciación equipo de cómputo (área operativa):

Tabla 51.

Depreciación equipo de cómputo (área operativa)

Descripción	Valor Unit.	Valor total	% de Dep.	Dep. Mensual (USD)	Dep. Anual (USD)	Depreciación total (periodo 3 años)	Saldo en libros USD.
2 Computadores de escritorio	802,67	1.605,34	33,33%	44,59	535,06	1.605,34	0,00
1 Laptop	491,07	491,07	33,33%	13,64	163,67	491,07	0,00
1 Impresora	347,32	347,32	33,33%	9,65	115,76	347,32	0,00
TOTALES	1.641,06	2.443,73		67,87	814,50	2.443,73	0,00

Nota: Depreciación de activos fijo por el método del porcentaje legal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.2.5 Depreciación equipo de cómputo (área administrativa):

Tabla 52.

Depreciación equipo de cómputo (área administrativa)

Descripción	Valor Unit.	Valor total	% de Dep.	Dep. Mensual (USD)	Dep. Anual (USD)	Depreciación total (periodo 3 años)	Saldo en libros USD.
2 Computadores de escritorio	802,67	1.605,34	33,33%	44,59	535,06	1.605,34	0,00
TOTALES	802,67	1.605,34		44,59	535,06	1605,34	0,00

Nota: Depreciación de activos fijo por el método del porcentaje legal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.2.6 Depreciación equipo de oficina

Tabla 53.

Depreciación equipo de oficina

Descripción	Valor Unit.	Valor Total	% Dep	Dep. Anual \$	Dep. Mensual \$	Área Oper. 60%	Área Adm. (40%)	Dep. total 5 años	Saldo en libros \$
3 Teléfonos inalámbricos	58,04	174,12	10%	17,41	1,45	10,45	6,96	87,06	87,06
TOTAL	58,04	174,12		17,41	1,45	10,45	6,96	87,06	87,06

Nota: Depreciación de activos fijo por el método del porcentaje legal

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.3 Amortización

4.2.3.3.1 Amortización licencia del sistema contable:

Tabla 54.

Amortización licencia del sistema contable.

Descripción	Valor total	# Años Amortiz.	Amortiz. Mensual \$	Amortiz. Anual \$	Saldo en libros \$
Licencia Sistema Contable	1.120,00	5	18,67	224,00	0,00
TOTAL	1.120,00		18,67	224,00	0,00

Nota: Amortización del activo intangible de acuerdo al tiempo de duración del proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.3.4 Gastos relacionados con la administración y el marketing

Estos gastos son relacionados directamente con el lugar donde se va a desarrollar la actividad económica, y los medios publicitarios para difundir el servicio al público directamente.

Tabla 55.

Gastos de administración y marketing

Gastos de administración anual	Valor USD
Arriendo	5.400,00
Publicidad	886,28
Servicios básicos	960,00
Internet	900,00
Total	8.146,28

Nota: Resumen de los gastos administrativos del proyecto

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.4 Gastos no operacionales

Son aquellos gastos que no se relacionan directamente con el giro del negocio de la empresa, pero que son necesarios para normar el funcionamiento de la misma.

Tabla 56.

Gastos no operacionales

GASTO ANUAL	
Gastos de constitución	1.500,00
TOTAL GASTOS	1.500,00

Nota: Resumen de los gastos no operaciones del proyecto

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.2.5 Capital de Trabajo:

Financiamiento diario que la empresa requiere para desarrollar normalmente sus actividades, como por ejemplo sueldos y beneficios sociales de los trabajadores, gastos menores de caja chica, pagos a proveedores, pagos de servicios básicos, entre otros.

Tabla 57.

Gastos Anuales

GASTOS ANUALES	
CONCEPTOS	VALOR ANUAL US\$.
Gasto sueldos	30,973.68
Aporte patronal (12,15%)	3,763.39
Beneficios sociales	8,492.85
Gasto arriendo	5,400.00
Gasto servicios básicos	960.00
Gasto internet	900.00
Gasto publicidad y propaganda	886.28
Gasto depreciaciones	1,745.14
Gasto amortización	224.00
Gasto constitución	1,500.00
TOTAL GASTOS	54,845.34

Nota: Resumen de los gastos anuales para la ejecución del proyecto

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Capital de trabajo del proyecto

$$K_{tr} = \frac{54,845.34 - \text{Depreciaciones} - \text{Amortizaciones}}{365} * 30$$

$$K_{tr} = \frac{54,845.34 - 1,745.14 - 224,00}{365} * 30$$

$$K_{tr} = 4,345.99$$

4.2.6 Resumen inversión inicial:

Es la cantidad total de dinero que requiere la empresa para iniciar sus actividades económicas por un periodo de tiempo determinado. A continuación se presenta la estructura del Plan de Inversión Inicial de la empresa “CONTAXES” Cía. Ltda.

“CONTAXES” Cía. Ltda. PLAN DE INVERSIÓN INICIAL

Tabla 58.

Plan de Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	VALOR
ACTIVOS TANGIBLES	10,164.79
Equipo de computación	4,049.07
Equipo de oficina	174.12
Muebles de oficina	3,139.15
Muebles y enseres	642.45
Suministros de oficina (anual)	1,800.00
Suministros de limpieza (anual)	360.00
ACTIVOS INTANGIBLES	1,120.00
Licencias de software	1,120.00
CAPITAL DE TRABAJO	4,345.99
TOTAL INVERSION	15,630.78

Nota: resumen de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.3 Estructura de financiamiento

Consiste en la composición financiera de la empresa, sean estos recursos económicos o capital. El financiamiento de la empresa está compuesto por fondos propios que son los fondos de los accionistas y fondos de terceros que corresponden a los fondos solicitados a entidades económicas.

Para el proyecto se determina que la estructura de financiamiento que es del 40% como capital aportado por las 2 socias de la empresa (fondos propios) y el 60% de financiamiento externo (fondos de terceros).

Tabla 59.
Estructura de financiamiento

CONCEPTO INVERSIÓN	MONTO	%
Aportes de los socios	6,252.31	40%
Préstamos en entidades financieras	9,378.47	60%
TOTAL	15,630.78	100%

Nota: composición del capital requerido para la ejecución del proyecto

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

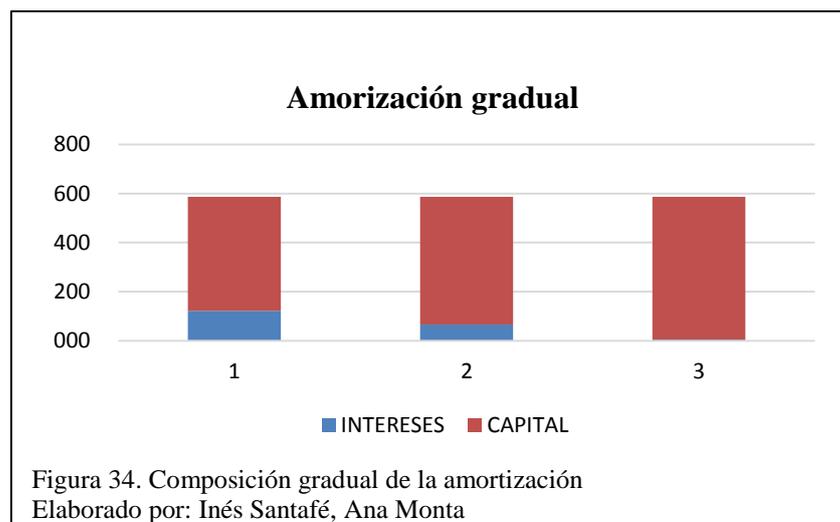
4.3.1 Amortización del préstamo

La tabla amortización es aquella herramienta que nos permite visualizar el comportamiento del gasto financiero, y el pago del capital periódicamente.

Se determina que el 60% corresponde a \$9,378.47 el mismo que va a ser financiado con el Banco del Pichincha debido a ser la mejor propuesta de financiamiento para la empresa ya que ofrece una tasa de interés del 11.20% anual a 3 años, por lo tanto, según la tabla de amortización se observa que el interés total del préstamo será de \$1.706.74

4.3.2 Amortización gradual

Es la amortización que se realiza a través de pagos iguales periódicamente, con la cuota de los intereses y la cuota del capital. Los intereses en esta amortización se calculan sobre el saldo pendiente por pagar.



4.3.3 Desarrollo tabla de amortización

Datos:

Plazo: 36 meses

Monto: 9,378.47

Interés: 11.20% anual

Periodos: pagos mensuales

Desarrollo

- Tasa equivalente al mes

$$i = \frac{0.1120}{12} = 0.009333333$$

- Amortización

$$R = \frac{Ai}{1 - (1+i)^{-n}}$$

Donde,

$$A = 9,378.47$$

$$i = 0.00933$$

$$n = 36$$

Ejecución

$$R = \frac{9,378.47 * 0.009333333}{1 - (1 + 0.009333333)^{-36}}$$

$$R = \frac{87.53238667}{0.28426}$$

$$R = 307.93$$

Amortización anual

Tabla 60.

Resumen amortización del préstamo

Resumen de la amortización del préstamo		
Años	Capital	Interés
1	2,784.90	910.24
2	3,113.31	581.83
3	3,480.26	214.67
Total	9,378.47	1,706.74

Nota: Determinación del capital e interés del préstamo por años.

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Tabla 61.
Amortización del préstamo

<u>TABLA DE AMORTIZACIÓN</u>							
MONTO:	9,378.47						
TASA INICIAL:	11.20%						
FECHA INICIO:	01-nov-14						
VENCIMIENTO:	16-oct-17						
PLAZO:	1,080 días						
CUOTA:	307.93						
Nro.	Capital	Tasa	Interés	Capital	Cuota	Días	Vencimiento
1	9,378.47	11.20%	87.53	220.40	307.93	30	01-dic-14
2	9,158.07	11.20%	85.47	222.46	307.93	30	31-dic-14
3	8,935.61	11.20%	83.39	224.54	307.93	30	30-ene-15
4	8,711.08	11.20%	81.30	226.63	307.93	30	01-mar-15
5	8,484.45	11.20%	79.18	228.75	307.93	30	31-mar-15
6	8,255.70	11.20%	77.05	230.88	307.93	30	30-abr-15
7	8,024.82	11.20%	74.89	233.04	307.93	30	30-may-15
8	7,791.78	11.20%	72.72	235.21	307.93	30	29-jun-15
9	7,556.58	11.20%	70.52	237.41	307.93	30	29-jul-15
10	7,319.17	11.20%	68.31	239.62	307.93	30	28-ago-15
11	7,079.55	11.20%	66.07	241.86	307.93	30	27-sep-15
12	6,837.69	11.20%	63.81	244.12	307.93	30	27-oct-15
13	6,593.57	11.20%	61.54	246.39	307.93	30	26-nov-15
14	6,347.18	11.20%	59.24	248.69	307.93	30	26-dic-15
15	6,098.50	11.20%	56.91	251.02	307.93	30	25-ene-16
16	5,847.48	11.20%	54.57	253.36	307.93	30	24-feb-16
17	5,594.12	11.20%	52.21	255.72	307.93	30	25-mar-16
18	5,338.40	11.20%	49.82	258.11	307.93	30	24-abr-16
19	5,080.29	11.20%	47.41	260.52	307.93	30	24-may-16
20	4,819.78	11.20%	44.98	262.95	307.93	30	23-jun-16
21	4,556.83	11.20%	42.53	265.40	307.93	30	23-jul-16
22	4,291.43	11.20%	40.05	267.88	307.93	30	22-ago-16
23	4,023.55	11.20%	37.55	270.38	307.93	30	21-sep-16
24	3,753.17	11.20%	35.02	272.91	307.93	30	21-oct-16
25	3,480.27	11.20%	32.48	275.45	307.93	30	20-nov-16
26	3,204.82	11.20%	29.91	278.02	307.93	30	20-dic-16
27	2,926.80	11.20%	27.31	280.62	307.93	30	19-ene-17
28	2,646.18	11.20%	24.69	283.24	307.93	30	18-feb-17
29	2,362.94	11.20%	22.05	285.88	307.93	30	20-mar-17
30	2,077.07	11.20%	19.38	288.55	307.93	30	19-abr-17
31	1,788.52	11.20%	16.69	291.24	307.93	30	19-may-17
32	1,497.28	11.20%	13.97	293.96	307.93	30	18-jun-17
33	1,203.32	11.20%	11.23	296.70	307.93	30	18-jul-17
34	906.62	11.20%	8.46	299.47	307.93	30	17-ago-17
35	607.15	11.20%	5.66	302.27	307.93	30	16-sep-17
36	304.89	11.20%	2.84	304.86	307.93	30	16-oct-17
TOTAL			1,706.74	9,378.44	11,085.41	1080	36

Nota: Determinación del pago mensual del préstamo, conformado por capital e interés.
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.3.4 Fuentes y usos

Es una herramienta que nos permite determinar la estructura financiera y por ende determinar el financiamiento de la empresa. Establece la utilización y aplicación de los recursos financiados.

“CONTAXES” Cía. Ltda. ESTADO DE FUENTES Y USOS

Tabla 62.
Estado de fuentes y usos

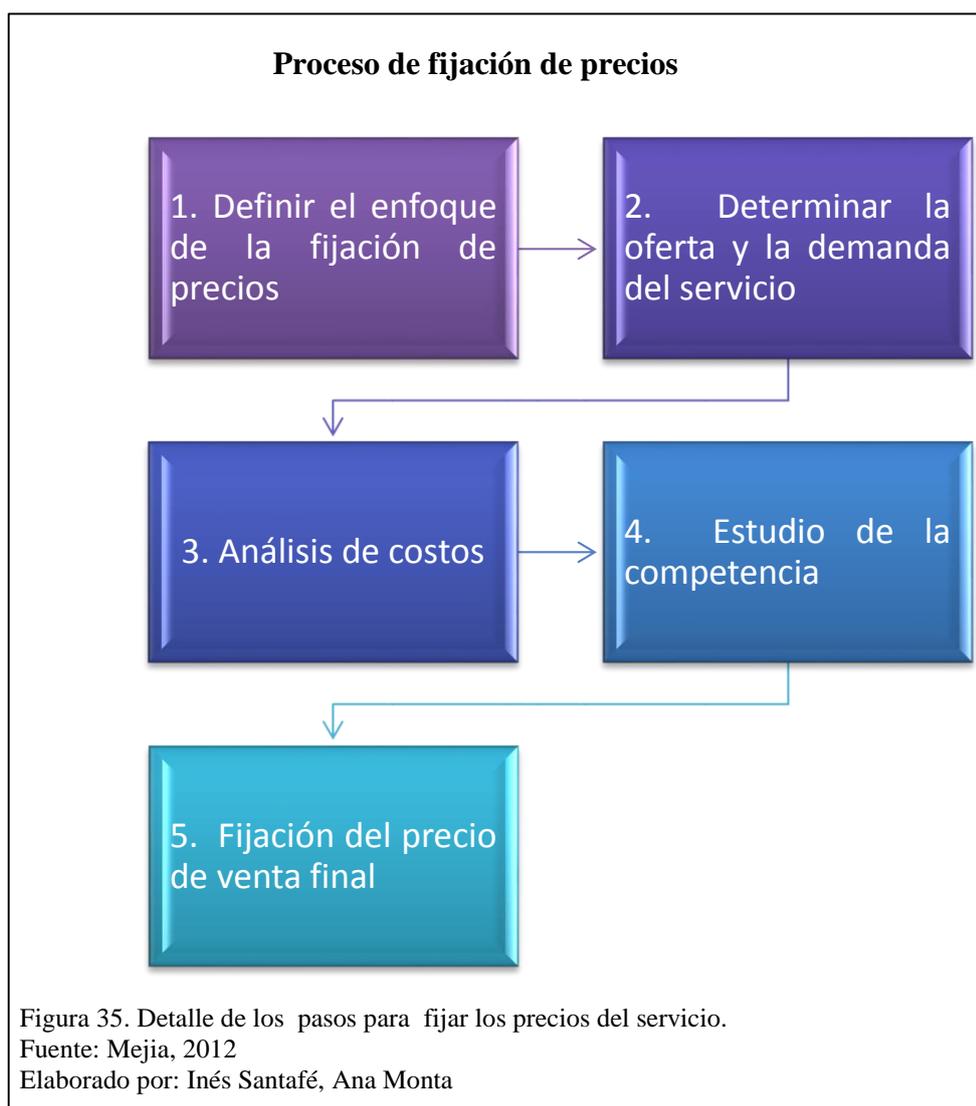
RUBROS DE INVERSIÓN	USO DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		Recursos propios	Financiamiento
		40%	60%
ACTIVOS TANGIBLES	10164.79	4,065.92	6,098.87
Equipo de computación	4,049.07	1,619.63	2,429.44
Equipo de oficina	174.12	69.65	104.47
Muebles de oficina	3,139.15	1,255.66	1,883.49
Muebles y enseres	642.45	256.98	385.47
Suministros de oficina	1,800.00	720.00	1,080.00
Suministros de limpieza	360.00	144.00	216.00
ACTIVOS INTANGIBLES	1,120.00	448.00	672.00
Licencias de software	1,120.00	448.00	672.00
CAPITAL DE TRABAJO	4,345.99	1,738.40	2,607.59
TOTAL INVERSIÓN	15,630.78	6,252.31	9,378.47

Nota: Distribución de la inversión de acuerdo a la estructura financiera del proyecto

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.4 Proceso de fijación de precios



4.4.1 Definición del enfoque de la fijación de precios

Una vez analizados los cuatro tipos de enfoques de fijación de precios, se ha establecido que para el servicio de asesoría contable y tributaria que prestará la empresa “CONTAXES” Cía. Ltda., se aplicara la fijación de precios basada en los costos, La decisión se fundamenta en que la empresa es nueva en el mercado, por lo tanto, debe desarrollar estrategias para ganar la aceptación de los clientes.

4.4.2 Determinación de la oferta y la demanda del servicio

En el capítulo 1 se determinó la oferta y demanda del servicio de asesoría contable y tributaria, a continuación se presenta los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

Tabla 63.
Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2015	13.784	7.318	6.465
2016	14.232	7.852	6.380
2017	14.680	8.385	6.295
2018	15.129	8.918	6.210
2019	15.577	9.452	6.125

Nota: Consideración de la demanda insatisfecha para la fijación de precios de los servicios ofertados

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Para la Oferta del proyecto se consideró la demanda insatisfecha y el porcentaje de participación del proyecto, el cual se incrementa en 1% anual, partiendo en el 2015 de un 3%.

Tabla 64.
Oferta del proyecto

Oferta del proyecto			
Año	Demanda insatisfecha	Porcentaje de participación	Oferta del proyecto
2015	6.465	3%	194
2016	6.380	4%	255
2017	6.295	5%	315
2018	6.210	6%	373
2019	6.125	7%	429

Nota: Consideración de la oferta del proyecto para la fijación de precios de los servicios ofertados

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.4.3 Análisis de costos

Es fundamental identificar y cuantificar los costos en los que se incurre para poder prestar el servicio de asesoría contable y tributaria a los clientes. Este análisis es el punto de partida para fijar los precios del servicio. Ningún negocio puede establecer precios menores a sus costos de producción ya que no estaría generando valor a sus actividades y por lo tanto, no podría mantenerse operando en el mercado.

En el siguiente cuadro se presentan los costos del proyecto, necesarios para llevar a cabo las actividades productivas:

Tabla 65.
Análisis de costos

DESCRIPCIÓN	COSTO ANUAL US\$.
COSTOS DIRECTOS	19,995.66
Sueldos operativos *	14,269.20
Beneficios sociales operativos *	5,726.46
COSTOS INDIRECTOS	6,426.00
Arriendo local (área operativa 60%)	3,240.00
Servicios básicos (60%)	576.00
Internet (60%)	540.00
Suministros de oficina (60%)	1,080.00
Depreciación muebles de oficina (área operativa) ¹	100.80
Depreciación muebles y enseres (área operativa) ²	64.25
Depreciación equipo de cómputo (área operativa) ³	814.5
Depreciación equipo de oficina (área operativa) ⁴	10.45
TOTAL COSTOS	26,421.66

Nota: Análisis de costos para la determinación de precios

Fuente: Estudio técnico y estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Notas aclaratorias:

*El rubro de sueldos y beneficios sociales incluye los valores percibidos por el personal operativo: 1 profesional y 2 asistentes contables tributarios.

¹ La depreciación de muebles de oficina fue calculada por el método del porcentaje legal e incluye 4 escritorios angulares y 4 sillas modulares, mobiliario utilizado por el personal operativo.

² La depreciación de muebles y enseres se calculó sobre el costo de los 5 archivadores.

³ La depreciación del equipo de cómputo fue calculada por el método del porcentaje legal e incluye 2 computadores de escritorio, 1 laptop y 1 impresora, equipo utilizado por el personal operativo.

⁴ La depreciación del equipo de oficina fue calculada por el método del porcentaje legal e incluye el 60% del costo de adquisición de los teléfonos inalámbricos.

Tabla 66.
Análisis de gastos

DETALLE	GASTOS ANUALES US\$.
Gastos administrativos	29,337.40
Sueldos	16,704.48
Beneficios sociales	6,529.78
Arriendo local (40%)	2,160.00
Servicios básicos (40%)	384
Suministro de oficina (40%)	720
Suministros de limpieza	360
Gastos de constitución*	1,500.00
Depreciación muebles de oficina	213.12
Depreciación equipo de cómputo	535.06
Depreciación de equipo de oficina	6.96
Amortización licencias de software**	224
Gastos de venta	1,246.28
Gastos internet (40%)	360
Gasto publicidad	886.28
Gastos financieros	1,706.74
Intereses pagados	1,706.74
Total gastos	32,290.42

Nota:* El gasto constitución se canceló en su totalidad en el año inicial.

** El gasto de amortización de licencia de software se realizó al 20% anual de acuerdo a los 5 años de operación del proyecto.

Fuente: Estudio técnico y estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.4.4 Estudio de la competencia

Para fijar el precio de venta del servicio se debe tomar en cuenta que no debemos basarnos solamente en los costos de producción en los que incurre la empresa para ofrecer el servicio de asesoría contable y tributaria a los clientes, también se debe estudiar los precios que la competencia impone a sus servicios con la finalidad de establecer un precio que sea competitivo en el mercado.

Partiendo de lo expuesto, se realizó una investigación de los precios que maneja una de las principales firmas de asesoría contable y tributaria en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 67.

Promedio del precio de competencia

SERVICIO DE ASESORÍA	USD
Personas naturales - declaraciones	100,00
Asesoría contable	500,00
Asesoría tributaria	500,00
Asesoría contable y tributaria	800,00
Elaboración de anexos	250,00

Nota: Resumen del promedio de precios de la competencia.

Fuente: Investigación propia en Multiservicios.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.4.5 Fijación del precio de venta final

El paso final es la fijación del precio de venta de los diferentes servicios ofrecidos por la empresa “CONTAXES” Cía. Ltda., a los clientes. El cálculo se realiza en función de las horas laborales necesarias para cumplir con los requerimientos de cada tipo de servicio así como los costos en los que se incurre para llevar a cabo la asesoría.

Recordemos los servicios que ofrecerá la empresa a sus clientes:

- Asesorías
 - ✓ Asesoría contable (contratos mensuales)
 - ✓ Asesoría tributaria (contratos mensuales)
 - ✓ Asesoría integral (contratos mensuales)
 - ✓ Devoluciones de impuestos

- Declaraciones
 - ✓ Impuesto al valor agregado mensual o semestral
 - ✓ Impuesto a la renta
 - ✓ Impuesto a los consumos especiales
 - ✓ Impuesto a los ingresos extraordinarios
 - ✓ Impuesto a los activos en el exterior

- Anexos
 - ✓ Anexo transaccional simplificado
 - ✓ Anexo de retenciones en la fuente del impuesto a la renta por otro concepto
 - ✓ REOC
 - ✓ Anexo de declaración patrimonial

- ✓ Anexo de retenciones bajo relación de dependencia
- ✓ Anexo de gastos personales
- ✓ Anexo de accionistas, participes, socios, miembros de directorio y administradores

Respecto de la asesoría contable, entre los principales temas a ser tratados tenemos:

- ✓ Aplicación de cuentas contables
- ✓ Métodos de depreciación de activos
- ✓ Manejo de cartera
- ✓ Control de inventarios
- ✓ Estados financieros

Ahora resulta importante definir la unidad de medida que se aplicará a cada tipo de servicio para lo cual agrupamos las actividades según el número de horas laborales necesarias para cada servicio con el fin de fijar el precio de venta final. Una vez que disponemos del número de horas necesarias para cada tipo de servicio ofertado es necesario calcular el número de servicios atendidos por año. Para ello tomamos en cuenta el porcentaje de aceptación de cada servicio (dato que fue obtenido del Estudio de Mercado) y el promedio de horas laborales necesarias para atender los requerimientos de los clientes, así:

Tabla 68.
Análisis de servicios atendidos por año

Oferta de servicios	% De aceptación del servicio ⁽¹⁾	Capacidad anual de la empresa en horas ⁽²⁾	Horas promedio por cada servicio	N° servicios atendidos al año (2014) ⁽³⁾
Asesoría contable mensual	16%	1240	40	31
Asesoría tributaria mensual	14%	1080	40	27
Asesoría integral mensual	18%	2182	62	35
Declaraciones de impuestos	29%	448	8	56
Validación de anexos	23%	810	18	45
TOTALES	100%	5760		194

Nota: Análisis de las horas promedio por cada servicio del proyecto

Fuente: Estudio de mercado, técnico y financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

⁽¹⁾ El porcentaje de aceptación del servicio se tomó de los resultados obtenidos en la tabulación de datos de la pregunta No. 05 de la encuesta realizada en el Estudio de Mercado.

⁽²⁾ La capacidad anual de la empresa en horas corresponde al valor total calculado en el Estudio Técnico

⁽³⁾ El número de servicios atendidos al año suman un total de 194, este valor coincide con la oferta calculada en el Estudio Técnico para el año 2014.

Ahora relacionamos los costos y gastos anuales de producción con el número total de horas disponibles para atender los requerimientos de los clientes con la finalidad de determinar el valor por cada hora de asesoría:

Tabla 69.
Determinación del valor de horas

Descripción	Valor (usd)	Capacidad anual de la empresa en horas	Valor por cada hora (usd)
Costos anuales (año 2014)	26,421.66	5,760	4.59
Gastos anuales (año 2014)	32,290.42	5,760	5.61
TOTAL	58,712.08		10.19

Nota: Determinación del costo y gastos por hora, para la determinación del precio.

Fuente: Estudio técnico y estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Una vez que disponemos del valor de cada hora de servicio, calculamos el costo total multiplicando el valor de US\$. 10,19 por el número de horas promedio requeridas para cada tipo de servicio. Para efectos de identificación de costos y gastos se ha separado dichos conceptos en el siguiente cuadro de tal modo que se pueda analizar los costos de producción del servicio y los gastos administrativos necesarios para prestar las diferentes modalidades del servicio, así:

Tabla 70.
Determinación del costo total por servicio

Descripción	No. De horas promedio por cada servicio	Costos incurridos por cada hora de asesoría (USD)	Gastos incurridos por cada hora de asesoría (USD)	Valor total por cada servicio (USD)
Asesoría contable mensual	40	4.59	5.61	408.00
Asesoría tributaria mensual	40	4.59	5.61	408.00
Asesoría integral mensual	62	4.59	5.61	635.97
Declaraciones de Impuestos	8	4.59	5.61	81.60
Validación de Anexos	18	4.59	5.61	183.60

Nota: Determinación del costo de cada servicio del proyecto por horas.

Fuente: Estudio técnico y estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Finalmente, agregamos el margen de utilidad que se añadirá al valor unitario por prestación de cada tipo de servicio ofertado, siendo este el 20%. Con dicho margen la empresa puede competir en el mercado con precios razonables y que se encuentran dentro del rango que los clientes estarían dispuestos a pagar.

Tabla 71.
Determinación del precio de venta

Descripción	Valor total por cada servicio. (USD)	20% Margen utilidad	Precio de venta al público. (USD)
Asesoría contable mensual	408.00	81.60	489.60
Asesoría tributaria mensual	408.00	81.60	489.60
Asesoría integral mensual	635.97	127.19	763.16
Declaraciones de Impuestos	81.60	16.32	97.92
Validación de Anexos	183.60	36.72	220.32

Nota: Determinación del precio con el 20% del margen de utilidad

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.5 Número de servicios anuales según oferta del proyecto

En el estudio de mercado se definió la oferta del proyecto para los futuros cinco años, a continuación se presenta la distribución de dicha oferta para cada tipo de servicio. La distribución fue calculada conforme al porcentaje de aceptación de cada servicio y la variación del total de oferta anual.

Tabla 72.
Determinación de los servicios del proyecto

OFERTA DE SERVICIOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	2015	2016	2017	2018	2019
Asesoría contable mensual	31	41	50	60	69
Asesoría tributaria mensual	27	36	44	52	60
Asesoría integral mensual	35	46	57	67	77
Declaraciones de impuestos	56	74	91	108	124
Validación de anexos	45	59	72	86	99
TOTAL OFERTA ANUAL	194	255	315	373	429

Nota: Determinación del número de servicios por año del proyecto

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.6 Presupuestos

“Es una herramienta gerencial, que permite establecer planes de acción en la toma de decisiones, con el objetivo de cumplir metas expresadas en términos financieros, estos deben realizarse en un periodo establecido” (Bacalla Villalobos, 2012).

Para presupuestar los costos, gastos e ingresos del servicio, se toma en cuenta la “tasa de inflación del año 2013 que es el 2,70%” (Banco Central, 2014).

4.6.1 Presupuesto de costos

El presupuesto de costos, se realiza en base al número de servicios ofertados de forma anual determinados en el cuadro anterior.

Tabla 73.

Determinación del costo de cada servicio del proyecto

Descripción	No. De horas promedio por cada servicio	Costos incurridos por cada hora de asesoría (USD)	Total costos por cada servicio. (USD)
Asesoría contable mensual	40.00	4.59	183.65
Asesoría tributaria mensual	40.00	4.59	184.00
Asesoría integral mensual	62.00	4.59	285.19
Declaraciones de impuestos	8.00	4.59	36.80
Validación de anexos	18.00	4.59	82.80

Nota: Asignación de costos por cada servicio del proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

“CONTAXES” Cía. Ltda.

PRESUPUESTO DE COSTOS POR SERVICIO

Tabla 74.

Presupuesto de costos

TIPOS DE SERVICIOS OFERTADOS	2015	2016	2017	2018	2019
EN UNIDADES POR CADA TIPO DE SERVICIO					
INFLACIÓN	2.70%				
Asesoría contable mensual	31	41	50	60	69
Asesoría tributaria mensual	27	36	44	52	60
Asesoría integral mensual	35	46	57	67	77
Declaraciones de impuestos	56	74	91	108	124
Validación de anexos	45	59	72	86	99
TOTAL UNIDADES	194	255	315	373	429
COSTOS POR CADA TIPO DE SERVICIO					
Asesoría contable mensual	183.65	188.61	193.70	198.93	204.31
Asesoría tributaria mensual	184.00	188.96	194.07	199.31	204.69
Asesoría integral mensual	285.19	292.89	300.80	308.92	317.26
Declaraciones de impuestos	36.80	37.79	38.81	39.86	40.94
Validación de anexos	82.80	85.03	87.33	89.69	92.11
COSTOS ANUALES POR TIPO DE SERVICIO					
Asesoría contable mensual	5,700.58	7,695.35	9,762.68	11,872.38	14,023.51
Asesoría tributaria mensual	4,997.33	6,746.01	8,558.31	10,407.74	12,293.50
Asesoría integral mensual	9,958.97	13,443.84	17,055.48	20,741.15	24,499.19
Declaraciones de impuestos	2,070.32	2,794.78	3,545.58	4,311.78	5,093.02
Validación de anexos	3,694.46	4,987.23	6,327.03	7,694.30	9,088.41
COSTOS ANUALES	26,421.66	35,667.20	45,249.09	55,027.34	64,997.62

Nota: Elaboración del presupuesto de costos para los 5 años del proyecto.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.6.2 Presupuesto de costos y gastos:

El presupuesto de costos y gastos se desarrolló en función de los siguientes puntos:

- Los intereses pagados anualmente se tomaron de la tabla de amortización.
- El gasto de constitución se cancela en su totalidad en el primer año.
- Los costos varían anualmente de acuerdo a la producción.

“CONTAXES” Cía. Ltda.

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS ANUALES

Tabla 75.

Presupuesto de costos y gastos

Tasa de Inflación	2.70%				
PERIODOS	2015	2016	2017	2018	2019
COSTOS					
Oferta en unidades	194	255	315	373	429
Sueldos operativos	14,269.20	19,456.69	24,832.90	30,776.28	36,370.40
Beneficios sociales operativos	5,726.46	7,808.28	9,965.84	12,351.02	14,596.03
Arriendo local	3,240.00	4,417.88	5,638.62	6,988.14	8,258.35
Servicios básicos	576	785.4	1,002.42	1,242.34	1,468.15
Internet	540	736.31	939.77	1,164.69	1,376.39
Suministros de oficina	1,080.00	1,472.63	1,879.54	2,329.38	2,752.78
Depreciación muebles de oficina	100.8	100.8	100.8	100.8	100.8
Depreciación muebles y enseres	64.25	64.25	64.25	64.25	64.25
Depreciación equipo de cómputo	814.5	814.5	814.5		
Depreciación equipo de oficina	10.45	10.45	10.45	10.45	10.45
Total costos	26,421.66	35,667.20	45,249.09	55,027.34	64,997.62
Gastos					
Gastos administrativos	29,337.40	28,562.57	29,307.33	29,537.13	30,322.64
Sueldos	16,704.48	17,155.50	17,618.70	18,094.40	18,582.95
Beneficios sociales	6,529.78	6,706.08	6,887.15	7,073.10	7,264.08
Arriendo local	2,160.00	2,218.32	2,278.21	2,339.73	2,402.90
Servicios básicos	384	394.37	405.02	415.95	427.18
Suministro de oficina	720	739.44	759.4	779.91	800.97
Suministros de limpieza	360.00	369.72	379.70	389.95	400.48
Gastos de constitución	1500	-	-	-	-
Depreciación muebles de oficina	213.12	213.12	213.12	213.12	213.12
Depreciación equipo de cómputo	535.06	535.06	535.06		
Depreciación de equipo de oficina	6.96	6.96	6.96	6.96	6.96
Amortización licencias de software	224.00	224.00	224.00	224.00	224.00
Gastos de venta	1,246.28	1,279.93	1,314.49	1,349.98	1,386.43
Gasto internet	360.00	369.72	379.70	389.95	400.48
Gastos de publicidad	886.28	910.21	934.79	960.02	985.95
Gastos financieros	910.24	581.83	214.67	0	0
Intereses pagados	910.24	581.83	214.67	0.00	0.00
Total gastos	31,493.92	30,424.33	30,836.48	30,887.11	31,709.07
Total costos y gastos	57,915.58	66,091.53	76,085.57	85,914.45	96,706.69

Nota: Elaboración del presupuesto de costos y gastos para los 5 años del proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.6.3 Presupuesto de ingresos

Es una herramienta que permite proyectar los ingresos que la empresa va producir en un periodo de tiempo determinado. Básicamente consiste en multiplicar el número de unidades disponibles para la venta por el precio previamente establecido. Con la información obtenida la empresa podrá conocer los ingresos anuales esperados por la venta del servicio, tomando en cuenta la variación de precios por efectos de la inflación (Bacalla Villalobos, 2012).

“CONTAXES” Cía. Ltda.
PRESUPUESTO DE INGRESOS ANUALES

Tabla 76.f
Presupuesto de ingresos

TIPOS DE SERVICIOS OFERTADOS	2015	2016	2017	2018	2019
EN UNIDADES POR CADA TIPO DE SERVICIO					
INFLACION	2.70%				
Asesoría contable mensual	31	41	50	60	69
Asesoría tributaria mensual	27	36	44	52	60
Asesoría integral mensual	35	46	57	67	77
Declaraciones de impuestos	56	74	91	108	124
Validación de anexos	45	59	72	86	99
TOTAL UNIDADES	194	255	315	373	429
PRECIOS POR CADA TIPO DE SERVICIO*					
Asesoría contable mensual	489.60	502.82	516.40	530.34	544.66
Asesoría tributaria mensual	489.60	502.82	516.40	530.34	544.66
Asesoría integral mensual	763.16	783.77	804.93	826.66	848.98
Declaraciones de impuestos	97.92	100.56	103.28	106.07	108.93
Validación de anexos	220.32	226.27	232.38	238.65	245.10
INGRESOS ANUALES POR TIPO DE SERVICIO					
Asesoría contable mensual	15,177.60	20,615.59	25,819.77	31,820.28	37,581.34
Asesoría tributaria mensual	13,219.20	18,101.49	22,721.39	27,577.58	32,679.43
Asesoría integral mensual	26,710.60	36,053.20	45,880.84	55,386.22	65,371.45
Declaraciones de impuestos	5,483.52	7,441.72	9,398.39	11,455.30	13,507.50
Validación de anexos	9,914.40	13,349.85	16,731.21	20,524.08	24,264.47
TOTAL INGRESOS ANUALES (USD)	70,505.32	95,561.86	120,551.60	146,763.46	173,404.19

Nota: Elaboración del presupuesto de ingresos para los 5 años del proyecto, tomando en cuenta la tasa de inflación acumulada para el incremento de precios.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.7 Punto de equilibrio

Es aquella herramienta que nos permite determinar, los servicios que debe producir la empresa para no perder ni ganar, dicho de otro modo determina el nivel mínimo de servicios que la empresa debería tener para empezar a generar utilidad.

4.7.1 Proceso de determinación de punto de equilibrio

4.7.1.1 Distribución de costos y gastos por servicio

Tabla 77.

Distribución de costos y gasto por servicio

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS Y GASTOS POR CADA SERVICIO							
Descripción año base		Asesoría contable	Asesoría tributaria	Asesoría integral mensual	Declaraciones de impuestos	Validación de anexos	Costos totales
Porcentaje de participación de cada servicio en relación al costo total		22%	19%	38%	8%	14%	
Sueldos operativos	14269,2	3078,64	2698,84	5.378,41	1118,091	1995,21	14269,19
Beneficios sociales operativos	5726,46	1235,51	1083,09	2.158,44	448,708	800,71	5726,46
Arriendo local	3240	699,04	612,81	1.221,24	253,876	453,04	3240
Servicios básicos	576	124,27	108,94	217,11	45,134	80,54	576
Internet	540	116,51	102,13	203,54	42,313	75,51	540
Suministros de oficina	1080	233,01	204,27	407,08	84,625	151,01	1080
Depreciación muebles de oficina	100,8	21,75	19,07	37,99	7,898	14,09	100,8
Depreciación muebles y enseres	64,25	13,86	12,15	24,22	5,034	8,98	64,25
Depreciación equipo de cómputo	814,5	175,73	154,05	307,00	63,822	113,89	814,5
Depreciación equipo de oficina	10,45	2,25	1,98	3,94	0,819	1,46	10,45
Total costos	26.421,66	5.700,58	4.997,33	9.958,97	2.070,32	3.694,45	26.421,65
Gastos administrativos	29.337,40	6.329,66	5.548,81	11.057,98	2.298,79	4.102,15	29.337,39
Gastos de venta	1.246,28	268,89	235,72	469,75	97,65	174,26	1.246,28
Gastos financieros	910,24	196,39	172,16	343,09	71,32	127,28	910,24
Total gastos	31.493,92	6.794,94	5.956,69	11.870,83	2.467,77	4.403,68	31.493,92

Nota: Distribución de costos y gastos de acuerdo al número de horas por cada servicio.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.7.2 Punto de equilibrio de los servicios.

4.7.2.1 Punto de equilibrio de servicio de asesoría contable

Tabla 78.

Determinación de costos fijos y variables asesoría contable

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
COSTOS DIRECTOS			4.314,15
Sueldos operativos	3.078,64		3.078,64
Beneficios sociales operativos	1235,51		1.235,51
COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO			1.386,42
Arriendo local 60%	699,04		699,04
Servicios básicos 60%		124,27	124,27
Suministros de internet 60%	116,51		116,51
Suministros de oficina 60%		233,01	233,01
Dep. Muebles y enseres operativos	13,86		13,86
Dep. Muebles de oficina operativos	21,75		21,75
Dep. Equipo de cómputo operativos	175,73		175,73
Dep. Equipo de oficina	2,25		2,25
GASTOS ADMINISTRATIVOS	6.329,66		6.329,66
GASTOS DE VENTAS	268,89		268,89
GASTOS FINANCIEROS	196,39		196,39
TOTALES	12.138,23	357,28	12.495,51

Nota: Determinación del punto equilibrio, determinando costos fijos y variables.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

- Fórmula del punto de equilibrio en unidades

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

Donde:

Costos fijos = 12.138,23

Costos variables totales = 357,28

Costo variable unitario = $\frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{\# de servicios}}$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{357,28}{31} = 11,53$$

Precio de venta unitario= 489,60

Aplicación de la fórmula:

$$PE = \frac{12.138,23}{489,60 - 11,53}$$

$$PE = 25,3900684 \cong 25 \text{ servicios}$$

- Fórmula del punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Donde:

Costos fijos = 12.138,23

Costos variables = 357,28

Ventas = 15.177,60

Aplicación

$$PE = \frac{12.138,23}{1 - \frac{357,28}{15.177,60}}$$

$$PE = \frac{12.138,23}{0,976460046}$$

$$PE = 12.431,61 \text{ (USD)}$$

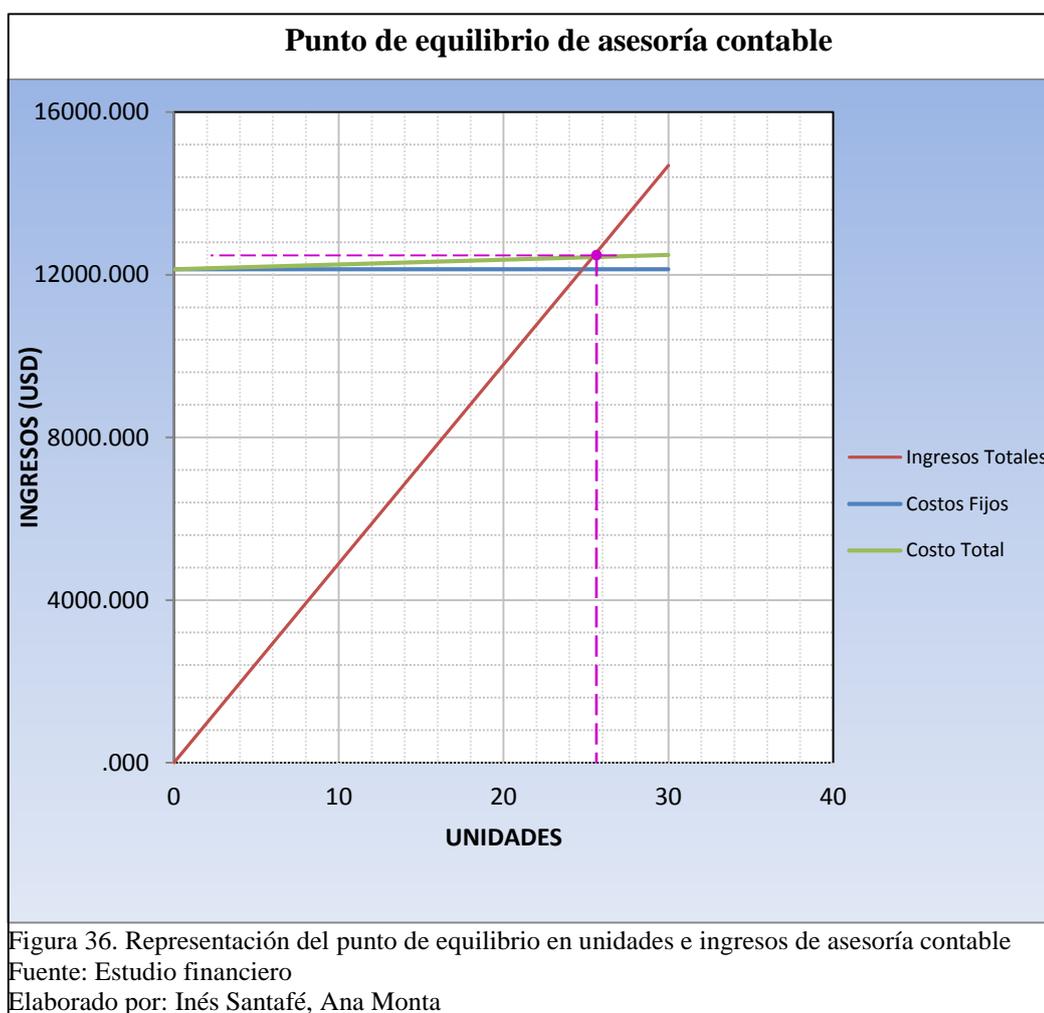
Tabla 79.
Punto de equilibrio de asesoría contable

ASESORÍA CONTABLE						
Punto de equilibrio						
Unidades	Precio de venta	Ingresos totales	Costos fijos	Costo variable unitario	Costos variables totales	Costo total
0	489.6	0	12138.23	11.53	0	12138.23
5	489.6	2448	12138.23	11.53	57.65	12195.88
10	489.6	4896	12138.23	11.53	115.3	12253.53
15	489.6	7344	12138.23	11.53	172.95	12311.18
20	489.6	9792	12138.23	11.53	231	12368.83
25.390068	489.6	12430.977	12138.23	11.53	292.74749	12430.977

Nota: Comprobación del punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



4.7.2.2 Punto de equilibrio de servicio de asesoría tributaria

Tabla 80.

Determinación de costos fijos y variables de asesoría tributaria

ASESORÍA TRIBUTARIA			
DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
COSTOS DIRECTOS			3.781,93
Sueldos operativos	2.698,84		2.698,84
Beneficios sociales operativos	1083,09		1.083,09
COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO			1215,40
Arriendo local 60%	612,81		612,81
Servicios básicos 60%		108,94	108,94
Suministros de oficina 60%		204,27	204,27
Gastos internet 60%	102,13		102,13
Dep. Muebles y enseres operativos	12,15		12,15
Dep. Muebles de oficina operativos	19,07		19,07
Dep. Equipo de cómputo operativos	154,05		154,05
Dep. Equipo de oficina	1,98		1,98
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5.548,81		5.548,81
GASTOS DE VENTAS	235,72		235,72
GASTOS FINANCIEROS	172,16		172,16
TOTAL COSTOS Y GASTOS	10.640,81	313,21	10.954,02

Nota: Determinación del punto equilibrio, determinando costos fijos y variables.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

- Fórmula del punto de equilibrio en unidades

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

Donde:

Costos fijos = 10.640,81

Costos variables totales = 313,21

Costo variable unitario = $\frac{\text{Costos Variables Totales}}{\# \text{ de servicios}}$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{313,21}{27} = 11,60037$$

Precio de venta unitario = 489,60

Aplicación

$$PE = \frac{10.640,81}{489,60 - 11,60}$$

$$PE = 22,2611088 \cong 22 \text{ servicios}$$

- Fórmula del punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Donde:

Costos fijos = 10.640,81

Costos variables = 313,21

Ventas = 13.219,20

Aplicación:

$$PE = \frac{10.640,81}{1 - \frac{313,21}{13.219,20}}$$

$$PE = \frac{10.640,81}{1 - 0,0236935}$$

$$PE = 10.899,05 \text{ (USD)}$$

Tabla 81.

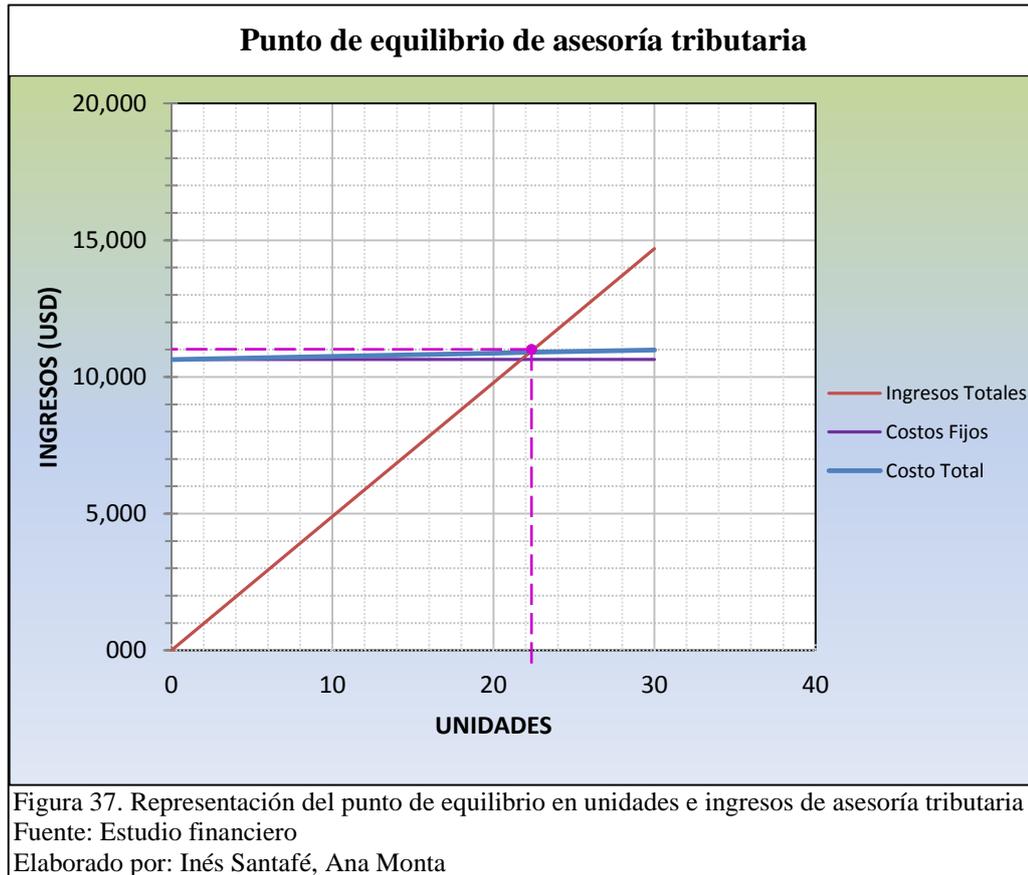
Punto de Equilibrio de asesoría tributaria

ASESORÍA TRIBUTARIA						
Punto de equilibrio						
Unidades	P. Venta	Ingresos totales	Costos fijos	Costos variables unitarios	Costos variables	Costo total
0	489,60	0,00	10.640,81	11,60	0,00	10.640,81
10	489,60	4896,00	10.640,81	11,60	116,00	10.756,81
20	489,60	9792,00	10.640,81	11,60	232,00	10.872,81
22,261108	489,60	10899,04	10.640,81	11,60	258,23	10.899,04
30	489,60	14688,00	10.640,81	11,60	348,00	10.988,81

Nota: Comprobación del punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



4.7.2.3 Punto de equilibrio de servicio de asesoría integral

Tabla 82.

Determinación de costos fijos y variables de asesoría integral

ASESORÍA INTEGRAL			
DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
COSTOS DIRECTOS			7.536,85
Sueldos operativos	5.378,41		5.378,41
Beneficios sociales operativos	2.158,44		2.158,44
COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO			2.422,12
Arriendo local 60%	1221,24		1221,24
Servicios básicos 60%		217,11	217,11
Suministros de oficina 60%		407,08	407,08
Gastos internet 60%	203,54		203,54
Dep. Muebles y enseres (operativo)	24,22		24,22
Dep. Muebles de oficina (operativo)	37,99		37,99
Dep. Equipo de cómputo (operativo)	307,00		307,00
Dep. Equipo de oficina	3,94		3,94
GASTOS ADMINISTRATIVOS	11.057,98		11.057,98
GASTOS DE VENTAS	469,75		469,75
GASTOS FINANCIEROS	343,09		343,09
TOTAL COSTOS Y GASTOS	21.205,61	624,19	21.829,80

Nota: Determinación del punto equilibrio, determinando costos fijos y variables.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

- Fórmula del punto de equilibrio en unidades

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

Donde:

$$\text{Costos fijos} = 21.205,61$$

$$\text{Costos variables} = 624,19$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\# \text{ de servicios}}$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{624,19}{35} = 17,834$$

$$\text{Precio de venta unitario} = 763,16$$

Aplicación de la fórmula:

$$PE = \frac{21.205,61}{763,16 - 17,834}$$

$$PE = 28,4514561 \cong 28 \text{ servicios}$$

- Fórmula del punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Desarrollo:

$$\text{Costos fijos} = 21.205,61$$

$$\text{Costos variables} = 624,19$$

$$\text{Ventas} = 26.710,60$$

Aplicación

$$PE = \frac{21.205,61}{1 - \frac{624,19}{26.710,60}}$$

$$PE = \frac{21.205,61}{1 - 0,02336863}$$

$$PE = 21.713,01 \text{ (USD)}$$

Tabla 83.

Punto de equilibrio de asesoría integral

ASESORÍA INTEGRAL						
Punto de equilibrio						
Unidades	Precio venta	Ingresos totales	Costos fijos	Costo variable unitario	Costos variables totales	Costo total
0	763,16	0,00	21.205,61	17,83	0,00	21.205,61
10	763,16	7.631,60	21.205,61	17,83	178,30	21.383,91
20	763,16	15.263,20	21.205,61	17,83	356,60	21.562,21
28,451456	763,16	21.713,01	21.205,61	17,83	507,29	21.712,90
30	763,16	22.894,80	21.205,61	17,83	534,90	21.740,51

Nota: Comprobación del punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

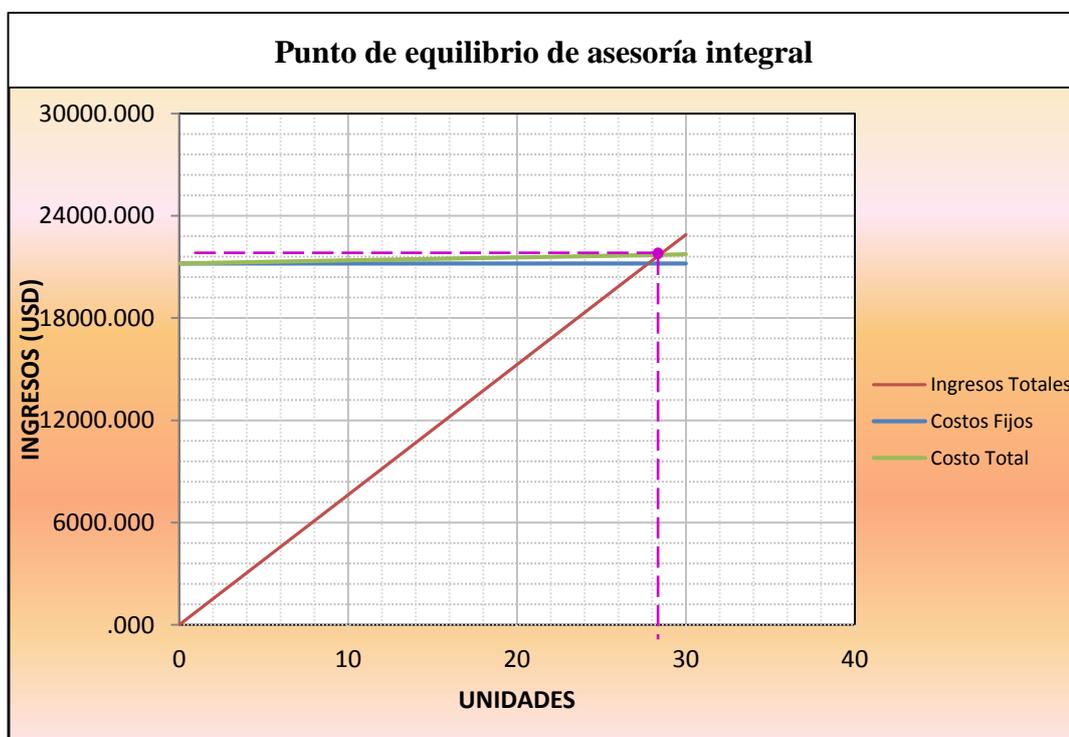


Figura 38. Representación del punto de equilibrio en unidades e ingresos de asesoría integral

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.7.2.4 Punto de equilibrio de servicio de declaraciones de impuestos

Tabla 84.

Determinación de costos fijos y variables de declaración de impuestos

DECLARACIÓN DE IMPUESTOS			
DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
COSTOS DIRECTOS			1.566,80
Sueldos operativos	1.118,09		1.118,09
Beneficios sociales operativos	448,71		448,71
COSTOS INDIRECTOS			503,52
Arriendo local 60%	253,88		253,88
Servicios básicos 60%		45,13	45,13
Suministros de oficina 60%		84,63	84,63
Gastos internet 60%	42,31		42,31
Dep. Muebles y enseres operativos	5,03		5,03
Dep. Muebles de oficina operativos	7,90		7,90
Dep. Equipo de cómputo operativos	63,82		63,82
Dep. Equipo de oficina	0,82		0,82
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2298,79		2.298,79
GASTOS DE VENTAS	97,65		97,65
GASTOS FINANCIEROS	71,32		71,32
TOTAL COSTOS Y GASTOS	4.408,33	129,76	4.538,09

Nota: Determinación del punto equilibrio, determinando costos fijos y variables.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

- Fórmula del punto de equilibrio en unidades

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

Donde:

Costos fijos = 4.408,33

Costos variables = 129,76

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables totales}}{\# \text{ de servicios}}$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{129,76}{56} = 2,32$$

Precio de venta unitario = 97,92

Aplicación:

$$PE = \frac{4.408,33}{97,92 - 2,32}$$

$$PE = 46,1122384 \cong 46 \text{ servicios}$$

- Fórmula del punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Donde:

Costos fijos = 4.408,33

Costos variables = 129,76

Ventas = 5.483,52

Aplicación:

$$PE = \frac{4.408,33}{1 - \frac{129,76}{5.483,52}}$$

$$PE = \frac{4.408,33}{1 - 0,02366363}$$

$$PE = 4.515,18 \text{ (USD)}$$

Tabla 85.

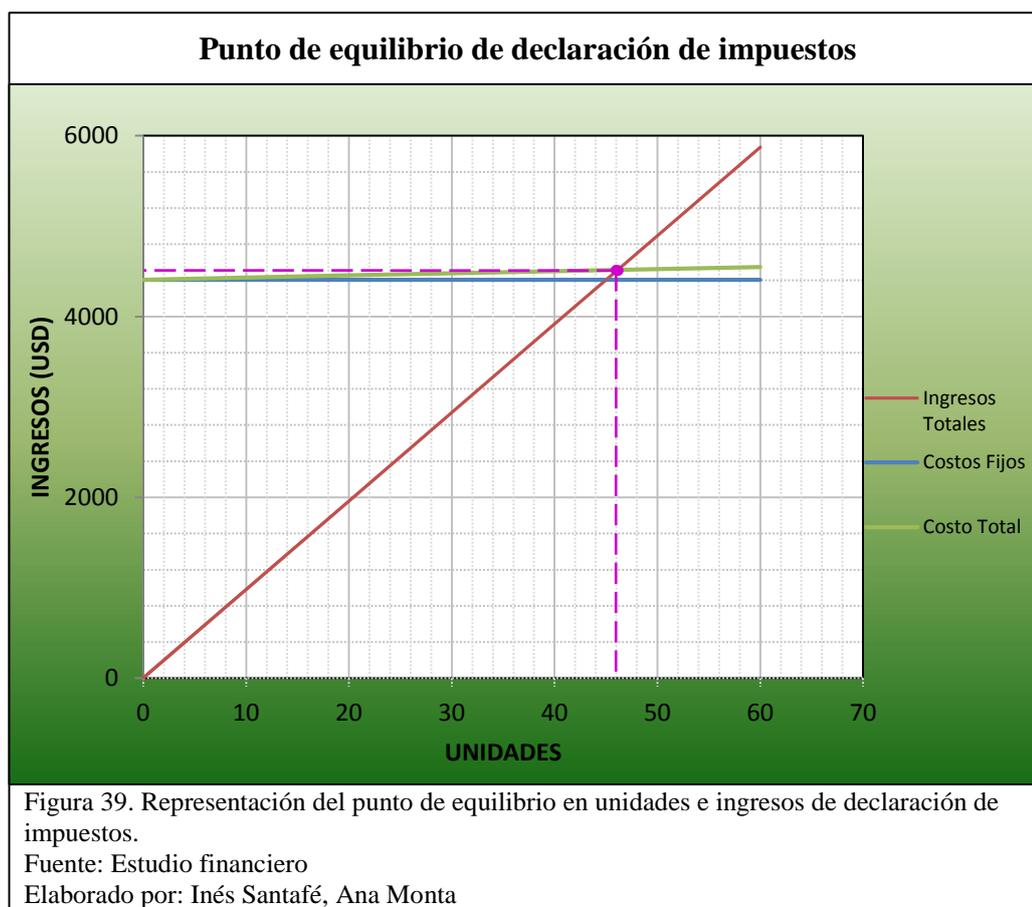
Punto de equilibrio de declaración de impuestos

DECLARACIONES DE IMPUESTOS						
Punto de equilibrio						
Unidades	Precio venta	Ingresos totales	Costos fijos	Costo variable unitario	Costos variables totales	Costo total
0	97,92	0,00	4.408,33	2,32	0,00	4.408,33
20	97,92	1.958,40	4.408,33	2,32	46,40	4.454,73
40	97,92	3.916,80	4.408,33	2,32	92,80	4.501,13
46,112238	97,92	4.515,31	4.408,33	2,32	106,98	4.515,31
60	97,92	5.875,20	4.408,33	2,32	139,20	4.547,53

Nota: Comprobación del punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



4.7.2.5 Punto de equilibrio de servicio de validación de anexos

Tabla 86.

Determinación de costos fijos y variables validación de anexos

Validación de anexos			
Descripción	Costos fijos	Costos variables	Costo total
Costos directos			2.795,92
Sueldos operativos	1.995,21		1.995,21
Beneficios sociales operativos	800,71		800,71
Costos indirectos			898,52
Arriendo local 60%	453,04		453,04
Servicios básicos 60%		80,54	80,54
Suministros de oficina 60%		151,01	151,01
Gastos internet 60%	75,51		75,51
Dep. Muebles y enseres operativos	8,98		8,98
Dep. Muebles de oficina operativos	14,09		14,09
Dep. Equipo de cómputo operativos	113,89		113,89
Dep. Equipo de oficina	1,46		1,46
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.102,15		4.102,15

Nota: Determinación del punto equilibrio, determinando costos fijos y variables.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

- Fórmula del punto de equilibrio en unidades

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

Donde:

$$\text{Costos fijos} = 7.866,57$$

$$\text{Costos variables} = 231,56$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\# \text{ de servicios}}$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{231,56}{45} = 5,15$$

$$\text{Precio de venta unitario} = 220,32$$

Aplicación de la fórmula:

$$PE = \frac{7.866,57}{220,32 - 5,15}$$

$$PE = 36,5597899 \cong 37 \text{ servicios}$$

- Fórmula del punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Desarrollo:

$$\text{Costos fijos} = 7.866,57$$

$$\text{Costos variables} = 231,56$$

$$\text{Ventas} = 9.914,40$$

Aplicación:

$$PE = \frac{7.866,57}{1 - \frac{231,56}{9.914,40}}$$

$$PE = \frac{12.939,71}{1 - 0,023361685}$$

$$PE = 8.054,70 \text{ (USD)}$$

Tabla 87.

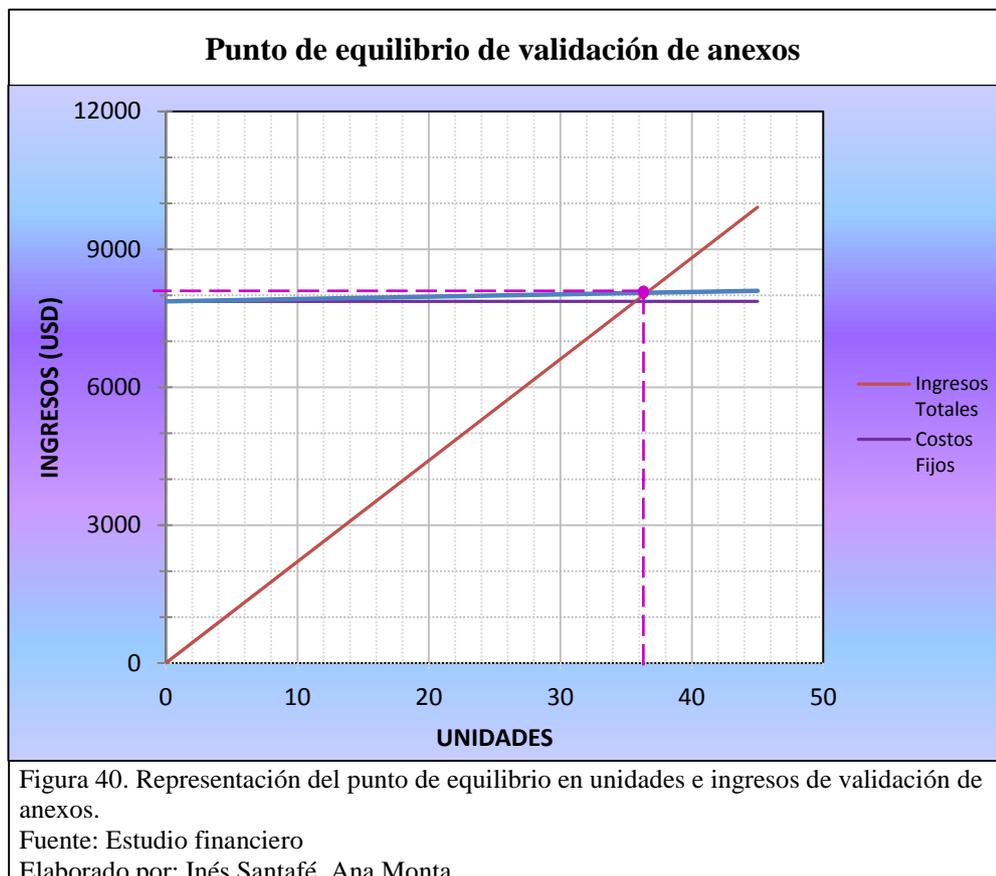
Punto de equilibrio de validación de anexos

VALIDACIÓN DE ANEXOS						
Punto de equilibrio						
Unidades	Precio venta	Ingresos totales	Costos fijos	Costo variable unitario	Costos variables totales	Costo total
0	220,32	0,00	7.866,57	5,15	0	7.866,57
15	220,32	3.304,80	7.866,57	5,15	77,25	7.943,82
30	220,32	6.609,60	7.866,57	5,15	154,5	8.021,07
36,55979	220,32	8.054,85	7.866,57	5,15	188,28	8.054,85
45	220,32	9.914,40	7.866,57	5,15	231,75	8.098,32

Nota: Comprobación del punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta



Nota:

En los cálculos realizados para el punto de equilibrio existe una mínima variación entre el Ingreso Total y el Costo Total, esto se debe al número de decimales considerados para los cálculos respectivos.

4.8 Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados son una herramienta de la planificación financiera que permiten estimar o prever la situación económica, financiera y de liquidez de una empresa en un periodo o periodos de tiempo determinados. La proyección de los estados financieros permite a la administración evaluar los resultados obtenidos de la aplicación de las técnicas y estrategias en un negocio, pudiendo de esta forma tomar decisiones oportunas para el mejoramiento de los procesos internos.

Los principales objetivos de la proyección de los estados financieros se resumen en la evaluación a los siguientes aspectos:

- ✓ Nivel de rentabilidad de la empresa a futuro
- ✓ Capacidad de endeudamiento y crecimiento en el mercado
- ✓ Posicionamiento de la empresa en el mercado
- ✓ Evolución del negocio en el tiempo

4.8.1 Estado de resultados

Es un estado financiero básico, el cual determina la utilidad o pérdida de la empresa en un periodo determinado, esta compuestos por todas las cuentas de ingresos, costos y gastos de actividades ordinarias y extraordinarias.

Para el desarrollo del estado de resultados del proyecto, se toma en cuenta el presupuesto de ingresos y gastos realizados anteriormente, en donde se determina las variaciones por año de acuerdo a la inflación, al porcentaje de aceptación del servicio y a las horas laborales necesarias para la prestación de los diferentes servicios.

Tabla 88.
Estado de resultados proyectado

Empresa Contaxes Cía. Ltda.
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTO	PERIODOS ANUALES				
	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS					
Ingresos operativos					
Asesoría contable mensual	15,177.60	20,615.59	25,819.77	31,820.28	37,581.34
Asesoría tributaria mensual	13,219.20	18,101.49	22,721.39	27,577.58	32,679.43
Asesoría integral mensual	26,710.60	36,053.20	45,880.84	55,386.22	65,371.45
Declaraciones de impuestos	5,483.52	7,441.72	9,398.39	11,455.30	13,507.50
Validación de anexos	9,914.40	13,349.85	16,731.21	20,524.08	24,264.47
TOTAL INGRESOS USD)	70,505.32	95,561.86	120,551.60	146,763.46	173,404.19
Costos de producción					
Sueldos operativos	14,269.20	19,456.69	24,832.90	30,776.28	36,370.40
Beneficios sociales operativos	5,726.46	7,808.28	9,965.84	12,351.02	14,596.03
Arriendo local	3,240.00	4,417.88	5,638.62	6,988.14	8,258.35
Servicios básicos	576.00	785.4	1,002.42	1,242.34	1,468.15
Internet	540.00	736.31	939.77	1,164.69	1,376.39
Suministros de oficina	1,080.00	1,472.63	1,879.54	2,329.38	2,752.78
Dep. Muebles de oficina	100.80	100.8	100.8	100.8	100.8
Dep. Muebles y enseres	64.25	64.25	64.25	64.25	64.25
Dep. Equipo de cómputo	814.50	814.5	814.5	0	0
Dep. Equipo de oficina	10.45	10.45	10.45	10.45	10.45
TOTAL COSTOS	26,421.66	35,667.20	45,249.09	55,027.34	64,997.62
UTILIDAD BRUTA	44,083.66	59,894.66	75,302.51	91,736.11	108,406.57
GASTOS					
GASTOS OPERATIVOS					
Gastos administrativos					
Sueldos	16,704.48	17,155.50	17,618.70	18,094.40	18,582.95
Beneficios sociales	6,529.78	6,706.08	6,887.15	7,073.10	7,264.08
Arriendo local	2,160.00	2,218.32	2,278.21	2,339.73	2,402.90
Servicios básicos	384	394.37	405.02	415.95	427.18
Suministro de oficina	720	739.44	759.4	779.91	800.97
Suministros de limpieza	360	369.72	379.7	389.95	400.48
Gastos de constitución	1,500.00	0	0	0	0
Dep. Muebles de oficina	213.12	213.12	213.12	213.12	213.12
Dep. Equipo de cómputo	535.06	535.06	535.06	0	0
Dep. Equipo de oficina	6.96	6.96	6.96	6.96	6.96
Amort. Licencias de software	224	224	224	224	224
Total gastos administrativos	29,337.40	28,562.57	29,307.33	29,537.13	30,322.64
Gastos de venta					
Gasto internet	360	369.72	379.7	389.95	400.48
Gastos de publicidad	886.28	910.21	934.79	960.02	985.95
Total gasto de venta	1,246.28	1,279.93	1,314.49	1,349.98	1,386.43
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	30,583.68	29,842.50	30,621.81	30,887.11	31,709.07
UTILIDAD OPERACIONAL	13,499.98	30,052.16	44,680.70	60,849.01	76,697.50
Gastos no operativos					
Gastos financieros					
Intereses pagados	910.24	581.83	214.67	0	0
TOTAL GASTOS NO OPERATIVOS	910.24	581.83	214.67	0	0
UTILIDAD ANTES DEL 15% PT	12,589.74	29,470.33	44,466.03	60,849.01	76,697.50
15% Participación trabajadores	1,888.46	4,420.55	6,669.90	9,127.35	11,504.63
UTILIDAD ANTES DEL 22% I.R.	10,701.28	25,049.78	37,796.13	51,721.66	65,192.88
22% Impuesto a la renta	2,354.28	5,510.95	8,315.15	11,378.76	14,342.43
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	8,347.00	19,538.83	29,480.98	40,342.89	50,850.44
5% Reserva legal	417.35	976.94	1,474.05	2,017.14	2,542.52
5% Reserva estatutaria	417.35	976.94	1,474.05	2,017.14	2,542.52
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	7,512.30	17,584.94	26,532.88	36,308.60	45,765.40

Nota: Elaboración del estado de resultados proyectado para los 5 años propuestos.
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.8.2 Flujo neto de caja

Es un reporte financiero que permite conocer el saldo de efectivo disponible al final de cada periodo, tomando en consideración los ingresos, costos de producción y gastos anuales. Con las cifras presentadas en este reporte se puede medir el nivel de rentabilidad del proyecto por cada año.

Tabla 89.

Flujo neto de caja proyectado

Empresa Contaxes cía. Ltda.
FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	Año base	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS	15,630.78	70,505.32	95,561.86	120,551.60	146,763.46	173,404.19
Ventas		70,505.32	95,561.86	120,551.60	146,763.46	173,404.19
Préstamo	9,378.47					
Capital	6,252.31					
(-) EGRESOS	15,630.78	64,943.22	79,136.34	94,550.88	106,420.56	122,553.74
Activos tangibles	10,164.79					
Activos intangibles	1,120.00					
Capital de trabajo	4,345.99					
Costos de producción		26,421.66	35,667.20	45,249.09	55,027.34	64,997.62
Gastos operacionales		30,583.68	29,842.50	30,621.81	30,887.11	31,709.07
Gastos no operacionales		910.24	581.83	214.67	-	-
15% participación trabajadores		1,888.46	4,420.55	6,669.90	9,127.35	11,504.63
22% impuesto a la renta		2,354.28	5,510.95	8,315.15	11,378.76	14,342.43
Amortización del préstamo		2,784.90	3,113.31	3,480.26		
(+) Movimientos que no generan salida de dinero	0,00	1,969.14	1,969.14	1,969.14	619.58	619.58
Dep. Activos fijos		1,745.14	1,745.14	1,745.14	395.58	395.58
Amort. Licencia de software		224.00	224.00	224.00	224.00	224.00
= Saldo de caja año actual		7,531.24	18,394.66	27,969.86	40,962.47	51,470.02
(+) Saldo de caja año anterior		4,345.99	11,877.23	30,271.88	58,241.74	99,204.21
= Flujo neto de caja	4,345.99	11,877.23	30,271.88	58,241.74	99,204.21	150,674.24

Nota: Elaboración del flujo de caja proyectado para los 5 años propuestos.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.8.3 Balance general

Es un estado financiero básico, el cual refleja la situación financiera de una empresa en un periodo determinado. Está constituido por:

- **Activos:** son aquellos bienes, valores y derechos que posee la empresa.
- **Pasivos:** son aquellas obligaciones que tiene la empresa con terceros, sean estos a corto o largo plazo.

- Patrimonio: está determinado por el derecho que tienen los accionistas sobre el activo.

El activo neto está determinado por los activos fijos que posee la empresa, disminuido la depreciación a cada bien, esta depreciación varía de acuerdo a la tabla tributaria emitida por el SRI. Los activos diferidos de igual manera son amortizados anualmente de acuerdo a la tabla tributaria.

Tabla 90.
Balance general

Empresa Contaxes Cía. Ltda.
BALANCE GENERAL

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	14,510.78	20,296.88	36,946.39	63,171.11	103,738.00	154,812.45
Caja	4,345.99	11,877.23	30,271.88	58,241.74	99,204.21	150,674.24
Suministros de oficina	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Suministros de limpieza	360	360	360	360	360	360
Equipo de computación	4,049.07	4,049.07	4,049.07	4,049.07	4,049.07	4,049.07
Equipo de oficina	174.12	174.12	174.12	174.12	174.12	174.12
Muebles de oficina	3,139.15	3,139.15	3,139.15	3,139.15	3,139.15	3,139.15
Muebles y enseres	642.45	642.45	642.45	642.45	642.45	642.45
Depreciación acumulada		-1,745.14	-3,490.28	-5,235.42	-5,631.00	-6,026.58
ACTIVO NO CORRIENTE	1,120.00	896	672	448	224	0
Licencias de software	1,120.00	1,120.00	1,120.00	1,120.00	1,120.00	1,120.00
(-) Amortiz. Acum. Licencias de software		-224	-448	-672	-896	-1,120.00
TOTAL ACTIVOS	15,630.78	21,192.88	37,618.39	63,619.11	103,962.00	154,812.45
PASIVOS						
PASIVOS	9,378.47	6,593.57	3,480.26	0,00	0,00	0,00
Préstamo bancario a L/P	9,378.47	6,593.57	3,480.26	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVOS	9,378.47	6,593.57	3,480.26	0,00	0,00	0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL	6,252.31	6,252.31	6,252.31	6,252.31	6,252.31	6,252.31
Capital social	6,252.31	6,252.31	6,252.31	6,252.31	6,252.31	6,252.31
RESERVAS		834.7	2,788.58	5,736.68	9,770.97	14,856.01
5% Reserva legal		417.35	1,394.29	2,868.34	4,885.48	7,428.01
5% Reserva estatutaria		417.35	1,394.29	2,868.34	4,885.48	7,428.01
RESULTADO DEL EJERCICIO		7,512.30	25,097.24	51,630.12	87,938.73	133,704.12
Resultado de ejercicios anteriores		0	7,512.30	25,097.24	51,630.12	87,938.73
Resultado del ejercicio actual		7,512.30	17,584.94	26,532.88	36,308.60	45,765.40
TOTAL PATRIMONIO	6,252.31	14,599.31	34,138.13	63,619.11	103,962.00	154,812.45
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	15,630.78	21,192.88	37,618.39	63,619.11	103,962.00	154,812.45

Nota: Elaboración del balance general proyectado para los 5 años propuestos.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.9 Evaluación financiera

“Es el método escogido para determinar la factibilidad del proyecto, en el cual se aprecia numéricamente las ventajas o desventajas de la asignación de recursos predeterminados en los capítulos anteriores” (Bacalla Villalobos, 2012).

Los precios del proyecto están en precio de mercado, ya que la evaluación es enfocada hacia la creación de una empresa

La evaluación nos permite identificar la distribución de los recursos y el cumplimiento de objetivos propuestos con la ejecución del proyecto.

El objetivo de la evaluación financiera es comparar la rentabilidad financiera esperada, con el flujo de fondos generados; es decir mide la rentabilidad de la inversión.

4.9.1 Flujo de fondos

Es una herramienta que nos permite determinar la rentabilidad del proyecto, ya que es estructurado con los ingresos y egresos del proyecto, identificando claramente la inversión inicial, endeudamiento y rentabilidad. En el año cero se identifica la inversión del proyecto.

Es importante resaltar que, el Flujo Neto de Fondos para el año base presentará un saldo negativo por cuanto en dicho periodo se incluye la inversión inicial del proyecto y los ingresos son nulos (Rojas, 2013).

Tabla 91.
Flujo de fondos

Empresa Contaxes Cía. Ltda.

FLUJO DE FONDOS

DETALLE	AÑOS					
	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Inversión Inicial	15,630.78					
Activo Tangible	10,164.79					4,138.21
Activo Intangible	1,120.00					
Capital de Trabajo	4,345.99					4,345.99
Inversión propia	6,252.31					
Inversión financiada	9,378.47					
Ingreso por Ventas		70,505.32	95,561.86	120,551.60	146,763.46	173,404.19
(-) Costo de Producción		26,421.66	35,667.20	45,249.09	55,027.34	64,997.62
Margen de Contribución		44,083.66	59,894.66	75,302.51	91,736.11	116,890.77
Gastos de Administración		29,337.40	28,562.57	29,307.33	29,537.13	30,322.64
Gastos de Venta		1,246.28	1,279.93	1,314.49	1,349.98	1,386.43
Gastos Financieros		910.24	581.83	214.67	-	
Utilidad Antes de depreciación		12,589.74	29,470.33	44,466.03	60,849.01	85,181.70
15% Participación Trabajadores		1,888.46	4,420.55	6,669.90	9,127.35	11,504.63
22% Impuesto a la Renta		2,354.28	5,510.95	8,315.15	11,378.76	14,342.43
5% Reserva Legal		417.35	976.94	1,474.05	2,017.14	2,542.52
5% Reserva Estatutaria		417.35	976.94	1,474.05	2,017.14	2,542.52
Utilidad después de Impuestos		7,512.30	17,584.94	26,532.88	36,308.60	54,249.60
(+) Movimiento que no representan salida de dinero						
Depreciación Activos Fijos		1,745.14	1,745.14	1,745.14	395.58	395.58
Amortización Licencias de Software		224	224	224	224	224
5% Reserva Legal		417.35	976.94	1,474.05	2,017.14	2,542.52
5% Reserva Estatutaria		417.35	976.94	1,474.05	2,017.14	2,542.52
(-) Salidas de Dinero		2,784.90	3,113.31	3,480.26		
Pago Capital Préstamo						
Flujo Neto de Operación	-9,378.47	7,531.24	18,394.66	27,969.86	40,962.47	59,954.22

Nota: Elaboración del flujo de fondos proyectado para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

4.9.2 Criterios de evaluación

4.9.2.1 Valor actual neto (VAN)

El VAN permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión, a un coste del capital de la empresa o la tasa de rendimiento requerida, también conocido como tasa de descuento.

- Criterios de decisión del VAN

Tabla 92.

Criterios de decisión del VAN

Valor	Significado	Decisión
VAN > 0	La inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida	Proyecto aceptable
VAN < 0	La inversión producirá pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida	Proyecto no aceptable
VAN = 0	La inversión no producirá ni ganancias, ni pérdidas.	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento u otros factores.

Nota: Determinación de los criterios del VAN, para evaluar el proyecto.

Fuente: Formulación y evaluación de proyectos, Baca Urbina, 2007.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Cálculo del factor de actualización simple (FAS):

Tabla 93.

FAS

Inversión	Valor US\$	%
Capital propio	6.252,31	40%
Préstamo	9.378,47	60%
Inversión total	15.630,78	100%

Nota: Determinación del FAS con la estructura de financiamiento

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

La tasa de interés efectiva que cobra el Banco Pichincha, entidad con la cual se realizará el préstamo, es del 11,20% anual, para calcular el factor de actualización simple se realiza una relación entre el porcentaje de capital propio y externo con la tasa de interés cobrada por el banco. Los cálculos se muestran a continuación, así:

FAS= % Capital externo (préstamo)* Tasa de interés cobrada por la entidad financier

FAS=0,60*0,1120

FAS=0,0672

FAS=6,72%

Con el FAS del 6,72% obtenido con la fórmula anterior, realizamos el cálculo del VAN, partiendo de los flujos netos de caja anuales.

Tabla 94.

Flujos netos de caja del proyecto:

Inversión inicial	Flujo neto caja año 1	Flujo neto caja año 2	Flujo neto caja año 3	Flujo neto caja año 4	Flujo neto caja año 5
-15.630,78	7,531.24	18,394.66	27,969.86	40,962.47	59,954.22

Nota: Determinación de los flujos netos para la evaluación del proyecto.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

- Fórmula del VAN:

$$\text{VAN} = - \text{Inversión inicial} + \frac{\text{FNC 1}}{(1+i)} + \frac{\text{FNC 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNC 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNC 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNC 5}}{(1+i)^5}$$

Donde:

$$i = \text{Factor de Actualización Simple (FAS)} = 6,72\%$$

- Aplicación fórmula del VAN:

$$\text{VAN} = -15.630,78 + \frac{7.531,24}{(1+0,0672)} + \frac{18.394,66}{(1+0,0672)^2} + \frac{27.969,86}{(1+0,0672)^3} + \frac{40.962,47}{(1+0,0672)^4} + \frac{59.954,22}{(1+0,0672)^5}$$

$$\text{VAN} = -15.630,78 + 7.057,01 + 16.151,03 + 23.011,92 + 31.579,33 + 43.310,25$$

$$\text{VAN} = 105.478,75$$

- Interpretación de resultados

Según el resultado obtenido ($\text{VAN} > 0$) se ratifica que la inversión en el proyecto de creación de una empresa dedicada a prestar el servicio de asesoría contable y tributaria en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito es viable por cuanto las ganancias esperadas por la operación de la empresa están por encima de la rentabilidad exigida por las condiciones del mercado local.

4.9.2.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Es una herramienta financiera que permite cuantificar el grado de eficiencia de una inversión en relación a la tasa de descuento o de uso de capital vigente en el mercado.

Si la tasa del TIR es superior a la tasa de descuento vigente en el mercado se determina que el proyecto es rentable.

Fórmula TIR:

$$TIR=r_1+(r_2-r_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1-VAN_2} \right]$$

Donde:

r_1 = Tasa de interés 1

r_2 = Tasa de interés 2

Tabla 95.
Valor actual neto

TASA INT	VAN	VAN - INV. INICIAL
101%	16.081,23	450,45
102%	15.872,69	241,91
103%	15.668,52	37,74
104%	15.468,59	(162,19)
105%	15.272,79	(357,99)
106%	15.080,99	(549,79)
107%	14.893,11	(737,67)

Nota: Determinación del VAN hasta determinar la tasa para aplicar el TIR.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

$$TIR=r_1+(r_2-r_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1-VAN_2} \right]$$

$$TIR=103\%+(104\%-103\%) \left[\frac{37,74}{37,74-(-162,19)} \right]$$

$$TIR=1,03+(1,04-1,03) \left[\frac{37,74}{199,93} \right]$$

$$TIR=1,03+(0,01) [0,1887660]$$

$$TIR=1,03+0,00188766$$

$$TIR=1,031887660 \rightarrow 103,18\%$$

- Comprobación de la TIR:

Para verificar que los cálculos realizados sean correctos se realiza el cálculo del VAN considerando la tasa de retorno obtenida, el resultado debe ser cero (0,00) para validar el TIR.

Tabla 96.
Comprobación de la TIR

Inversión inicial	Flujo neto caja año 1	Flujo neto caja año 2	Flujo neto caja año 3	Flujo neto caja año 4	Flujo neto caja año 5
-15.630,78	7,531.24	18,394.66	27,969.86	40,962.47	59,954.22

Nota: Determinación de los flujos netos para la evaluación del proyecto.
Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Tasa de descuento: 103,18%

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNC 1}{(1+i)} + \frac{FNC 2}{(1+i)^2} + \frac{FNC 3}{(1+i)^3} + \frac{FNC 4}{(1+i)^4} + \frac{FNC 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -15.630,78 + \frac{7.531,24}{(1+1,0318)} + \frac{18.394,66}{(1+1,0318)^2} + \frac{27.969,86}{(1+1,0318)^3} + \frac{40.962,47}{(1+1,0318)^4} + \frac{59.954,22}{(1+1,0318)^5}$$

$$VAN = -15.630,78 + 3.706,68 + 4.455,84 + 3.334,63 + 2.401,49 + 1.731,47$$

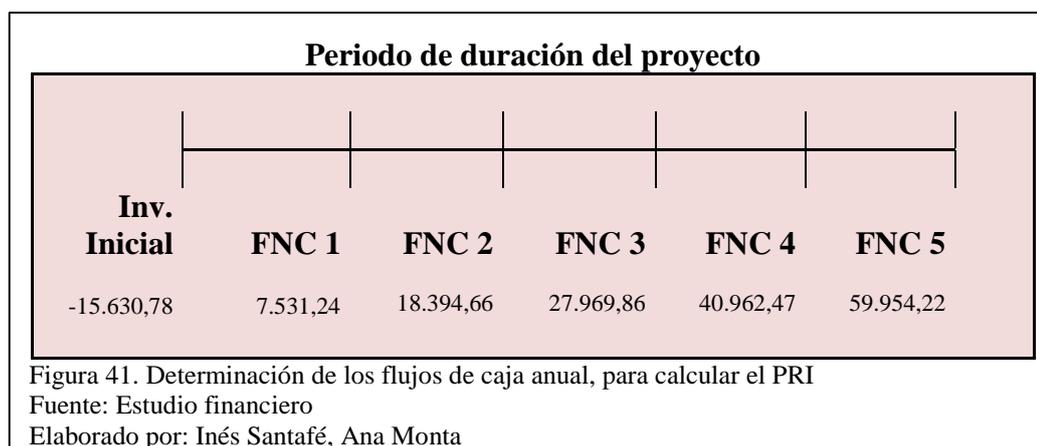
$$VAN = 0,00$$

- Interpretación de resultados

Según los resultados obtenidos se observa que el proyecto es viable, ya que únicamente con una tasa de interés financiero de 103,18% la inversión generaría la misma rentabilidad que ofrecería una entidad bancaria. En las condiciones de mercado es totalmente improbable que las entidades financieras ofrezcan una tasa de interés del 103,18% sobre una inversión inicial, por lo tanto, la inversión que se realizará en el proyecto es viable.

4.9.2.3 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Como parte de los criterios de evaluación financiera del proyecto resulta importante conocer el tiempo necesario que debe transcurrir para recuperar la inversión inicial en el proyecto. Esto se consigue sumando los flujos netos de caja de forma consecutiva hasta obtener el valor de la inversión inicial.



Según se observa en el gráfico, la sumatoria del flujo neto de caja 1 más el flujo neto de caja 2 da como resultado us\$.25.925,90, valor que supera al monto de la inversión inicial, por lo tanto el periodo de recuperación de la inversión (PRI) se encuentra entre el año 1 y el año 2.

Para calcular exactamente el PRI se realiza una regla de tres simple:

- Primer año: 7.531,24
- Para el año 2:

$$\begin{aligned}
 & 18.349,66 \quad 1 \text{ año} \\
 & 8.099,54 \quad X \\
 & = \frac{8.099,54 \cdot 1}{18.349,6} \\
 & = 0,441401
 \end{aligned}$$

Expresamos el resultado en meses:

$$\begin{aligned}
 & 1 \text{ año} \quad 12 \text{ meses} \\
 & 0,441401 \text{ año} \quad X \\
 & 5,29 \text{ meses}
 \end{aligned}$$

Entonces, el PRI del proyecto sería: 1 año y 5 meses

- Interpretación del resultado

Se acepta el proyecto debido a que el tiempo de recuperación de la inversión es menor al periodo de vida económica del proyecto, es decir, la inversión inicial realizada va ser recuperada en su totalidad al final de 1 año y 5 meses luego de dar inicio a las operaciones comerciales de la empresa. Se puede determinar que el periodo de recuperación de la inversión inicial se encuentra dentro del rango de 5 años planteado inicialmente como tiempo de operación de empresa, por lo tanto, resulta en términos financieros, viable realizar la inversión en el proyecto según el periodo de recuperación calculado.

4.9.2.4 Relación costo beneficio

Es un indicador financiero que sirve para evaluar la viabilidad de un proyecto. Consiste en analizar el valor presente tanto de los ingresos futuros y los egresos futuros de la empresa.

Si el resultado obtenido es mayor a 1 (>1) el proyecto es aceptado, caso contrario, si es menor a 1 (<1) el proyecto es rechazado debido a que el proyecto no está generando rentabilidad sobre la inversión inicial.

- Fórmula:

$$R\ B/C = \frac{\text{Valor Actual de los beneficios (INGRESOS REALES)}}{\text{Valor Actual de los costos (EGRESOS REALES)}}$$

Tabla 97.

Relación costo – beneficio

Años	Ingresos	Costos totales	Tasa de descuento	Ingresos actualizados (Ingresos reales)	Costos totales actualizados (Egresos reales)
0					15.630,78
1	70.505,32	57.005,34	0,0672	66.065,70	53.415,80
2	95.561,86	65.509,70	0,0672	83.905,99	57.519,35
3	120.551,60	75.870,90	0,0672	99.182,61	62.422,02
4	146.763,46	85.914,45	0,0672	113.144,82	66.234,30
5	173.404,19	96.706,69	0,0672	125.265,22	69.859,82
TOTAL				487.564,34	325.082,06

Nota: Aplicación de la formula relación costos – beneficio con la tasa de descuento.

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

- Aplicación de la fórmula:

$$R\ B/C = \frac{487.564,34}{325.082,06}$$

$$R\ B/C = 1,50$$

- Interpretación del resultado

El resultado obtenido de 1,50 demuestra que por cada dólar que invierte la empresa obtiene 1,50 como ingreso, es decir, 0,50 adicionales a la inversión.

En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los desembolsos (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará utilidades para los inversionistas.

4.10 Índices financieros

Es el método financiero que nos permite analizar e interpretar los estados financieros de una empresa, nos ayuda a señalar las áreas de fortaleza y debilidad, a través del análisis de la información.

Existen cuatro grupos de índices financieros:

- Índices de liquidez y solvencia: miden la capacidad de la empresa para cubrir sus necesidades a corto y largo plazo.
- Índices de actividad: son aquellos que miden la eficiencia de los activos.
- Índices de apalancamiento: son aquellos que miden la solvencia a largo plazo de la empresa, miden la forma en que los activos han sido financiados.
- Índices de rentabilidad: son aquellos que miden el desempeño de la empresa.

Para el proyecto se realizará el cálculo de los índices financieros de apalancamiento y de rentabilidad, se exceptúan aquellos índices que miden la eficiencia y eficacia en el manejo de inventarios debido a que la empresa “Contaxes” Cía. Ltda es una empresa que presta servicios.

4.10.1 Índices de apalancamiento

➤ Razón de endeudamiento

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda con terceros.

Tabla 98.

Razón de endeudamiento

Formula	2015	2016	2017	2018	2019	Expresado en:
<u>Deuda total</u>	6,593.57	3,480.26	0	0	0	Porcentaje (%)
<u>Activo total</u>	21,192.88	37,618.39	63,619.11	103,962.00	154,812.45	
	31%	9%	0	0	0	

Nota: Aplicación de índices financieros para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Interpretación:

En el año 2015 la empresa financia sus activos en un 31% con recursos ajenos (acreedores); se observa que a partir del año 2017 la empresa paga el 100% de su deuda con el Banco Pichincha, por lo tanto, los activos generados a partir de dicho año son financiados por la empresa en un 100%.

➤ Cobertura de intereses

Establece el impacto que tienen los gastos financieros generados por las fuentes de financiamiento externas sobre las utilidades operacionales de la empresa.

Tabla 99.

Cobertura de interés

Fórmula	2015	2016	2017	2018	2019	Expresado en:
<u>Ingreso bruto</u>	13,615.78	19,176.88	35,601.39	61,601.11	101,943.00	Veces
<u>Interés anual</u>	910.24	581.83	214.67	0	0	
	15	33	166	---	-----	

Nota: Aplicación de índices financieros para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Interpretación:

La empresa generó en el año 2015 una utilidad operacional 15 veces mayor a los intereses pagados por las fuentes de financiamiento externas. Considerando el plazo de vigencia del préstamo (3 años) se observa que en el año 2017 la empresa paga la totalidad de capital más intereses, razón por la cual para los años 2018 y 2019 ya no es posible calcular este índice financiero.

4.10.2 Índices de rentabilidad

➤ Margen bruto

Mide la porción del ingreso que puede cubrir los costos incurridos para la prestación del servicio.

Tabla 100.
Margen bruto

Formula	2015	2016	2017	2018	2019	Expresado en:
Utilidad bruta Ventas	44,083.66	59,894.66	75,302.51	91,736.11	108,406.57	Porcentaje
	70,505.32	95,561.86	120,551.60	146,763.46	173,404.19	
	63%	63%	62%	63%	63%	

Nota: Aplicación de índices financieros para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Interpretación:

Para el año 2015 la utilidad bruta obtenida después de descontar todos aquellos costos incurridos para prestar el servicio de asesoría es del 63%, se observa un porcentaje similar para los 4 años siguientes, esta cifra se mantiene debido a la relación directamente proporcional entre ingresos y costos, mientras más ingresos genere la empresa ésta necesita incurrir en más costos que le permitan cubrir la demanda.

➤ Margen operativo

Mide la capacidad que tiene la empresa para producir utilidad antes de impuestos, intereses o gastos extraordinarios.

Tabla 101.
Margen operativo

Formula	2015	2016	2017	2018	2019	Expresado en:
Utilidad operativa Ventas	13.499,98	30.052,16	44.680,70	60.849,01	76.697,50	Porcentaje
	70.505,32	95.561,86	120.551,60	146.763,46	173.404,19	
	19%	31%	37%	41%	44%	

Nota: Aplicación de índices financieros para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Interpretación:

Los resultados obtenidos indican que, para el año 2015 la empresa por cada dólar que vende obtiene 0,19 centavos de ganancia operativa, es decir, utilidad sin incluir los costos por intereses pagados, impuestos a la utilidad del ejercicio y reservas. La misma interpretación se aplica para los 4 años posteriores en donde se observa que el punto más relevante se presenta en el año 2019 con una ganancia de US\$. 0,44 por cada dólar vendido.

➤ Margen neto

Determina el porcentaje de utilidad neta que generan las ventas realizadas por la empresa.

Tabla 102.
Margen neto

Formula	2015	2016	2017	2018	2019	Expresado en:
Utilidad neta	7,512.30	17,584.94	26,532.88	36,308.60	45,765.40	Porcentaje
Ventas	70,505.32	95,561.86	120,551.60	146,763.46	173,404.19	
	11%	18%	22%	25%	26%	

Nota: Aplicación de índices financieros para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Interpretación:

En el año 2015 las ventas de la empresa generaron un 11% de utilidad neta, para los años 2016, 2017, 2018 y 2019 el porcentaje de utilidad se incrementó en un 7%, 4%, 3% y 1% respectivamente.

➤ Rendimiento sobre activos

Determina el rendimiento o beneficio obtenido por el uso de los activos de la empresa.

Tabla 103.
Rendimiento sobre activos

Formula	2014	2015	2016	2017	2018	Expresado en:
Utilidad neta	7,512.30	17,584.94	26,532.88	36,308.60	45,765.40	Porcentaje
Activo total	15,630.78	21,192.88	37,618.39	63,619.11	103,962.00	
	48%	83%	71%	57%	44%	

Nota: Aplicación de índices financieros para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Interpretación:

Se determina que en el año 2015, la empresa utiliza el 48% de sus activos para generar utilidad, esta cifra va en aumento para los 4 años posteriores, presentándose el punto más relevante en el año 2016 con una utilidad del 71% por la utilización de sus activos.

➤ Rendimiento sobre el patrimonio

Mide la tasa de rendimiento que obtienen los accionistas de la empresa por la inversión realizada.

Tabla 104
Rendimiento sobre el patrimonio

Formula	2014	2015	2016	2017	2018	Expresado en:
<u>Utilidad neta</u>	7,512.30	17,584.94	26,532.88	36,308.60	45,765.40	Porcentaje
Patrimonio	6,252.31	14,599.31	34,138.13	63,619.11	103,962.00	
	120%	120%	78%	57%	44%	

Nota: Aplicación de índices financieros para evaluar el proyecto.

Elaborado por: Inés Santafé, Ana Monta

Interpretación:

En el año 2015 se observa que la empresa utiliza el 120% de su patrimonio en la generación de utilidades, es decir, la empresa tiene una rentabilidad del 120% en relación al patrimonio que posee. Para los 4 años siguientes dicho porcentaje va en descenso, lo que indica que la empresa busca otras alternativas diferentes al patrimonio para generar utilidad.

CONCLUSIONES

- El servicio de asesoría contable y tributaria en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito es un servicio que tiene un 92% de aceptación de los clientes potenciales debido a que este servicio disminuye el nivel de riesgo operativo y aumenta el nivel de éxito empresarial.
- Las intensas campañas para fomentar la cultura tributaria en el país y el control permanente ejercido por el SRI, pone en auge el servicio de asesoría contable y tributaria debido a la necesidad de las empresas por buscar soluciones efectivas que coadyuven a administrar sus recursos y obligaciones tributarias.
- En el año 2014, el 66% de las micro y pequeñas empresas que realizan sus actividades económicas en el sector de La Kennedy no cuentan con un servicio de asesoría contable y/o tributaria, razón por la cual las obligaciones fiscales no son cumplidas oportunamente; la falta de asesoría es el causante de gastos innecesarios para este grupo de empresas.
- A través del estudio de mercado se determinó que el 66% del total de micro y pequeñas empresas que cuentan con el servicio de asesoría contable y tributaria no está satisfecho con el servicio que reciben por parte de sus asesores, por lo tanto, este porcentaje de clientes también puede ser captado por la empresa “Contaxes” Cía. Ltda. a través de una buena campaña de marketing.
- Según los datos obtenidos en el estudio de mercado, el servicio más solicitado por el segmento objetivo de la empresa “Contaxes” Cía. Ltda. Es la declaración de impuestos con un 29%, seguido por la validación de anexos con un 23%, asesoría integral mensual 18%, asesoría contable mensual 16% y asesoría tributaria mensual 14%.
- Para la ejecución del proyecto se requiere de una inversión inicial de 15,630.78, el mismo que fue financiado en un 40% por los socios y el 60% por una entidad bancaria.

- Los precios de cada servicio ofrecido por la empresa “Contaxes” Cía. Ltda. se establecieron en base a los costos y gastos incurridos, los cálculos fueron realizados en función del número de horas requeridas para cada tipo de servicio.
- El proyecto demostró tener factibilidad financiera para su ejecución a través de los cálculos realizados en la evaluación financiera del proyecto, donde se pudo determinar el valor actual neto por USD\$. 105.478,75, una tasa interna de retorno del 103,18%, y una relación beneficio costo de 1,5 confirmando así que el proyecto es viable en términos financieros, según los criterios de evaluación previamente definidos.
- El periodo de recuperación de la inversión para el proyecto es de 1 año y 5 meses, pasado este tiempo la empresa estará en la capacidad de autofinanciarse o a su vez, buscar nuevamente fuentes de financiamiento para incrementar la capacidad operativa y así expandir el servicio de asesoría hacia nuevos mercados.
- Según la naturaleza del proyecto, se calcularon los índices financieros de apalancamiento y rentabilidad con los datos obtenidos tanto de los balances generales y los estados de resultados proyectados para los próximos 5 años, evidenciándose en cada uno de ellos que el proyecto genera utilidad para los inversionistas, estos índices medirán el nivel de eficiencia y eficacia de la administración en el manejo de recursos.

RECOMENDACIONES

- Realizar visitas a los clientes potenciales para dar a conocer el servicio de asesoría contable y tributaria que ofrece la empresa “Contaxes” Cía. Ltda, así como los beneficios y facilidades que tendrían para sus negocios por la contratación del servicio ofertado.
- Capacitar constantemente a los empleados de la empresa “Contaxes” Cía. Ltda. en actualizaciones de la normativa vigente, atención al cliente y demás conocimientos adicionales, con el fin de mantener talento humano que brinde un servicio de calidad, oportuno y eficiente a los clientes, ganado así su preferencia y fidelidad.
- Definir un manual de funciones y políticas internas para la empresa “Contaxes” Cía. Ltda. con el fin de mantener un ambiente laboral en armonía, en donde cada uno de los empleados sepan cuáles son sus obligaciones y actividades dentro de la empresa.
- Innovar los procesos internos para ofrecer un servicio ágil, sin complicaciones y acorde a las necesidades de cada tipo de cliente, con el fin de superar las expectativas propias y externas.
- Estudiar constantemente el comportamiento del mercado, para determinar las estrategias que debe adoptar la empresa para cumplir con sus objetivos proyectados.
- Realizar evaluaciones periódicas de la situación económica y financiera de la empresa con la finalidad de tomar decisiones oportunas que eviten posibles problemas económicos futuros.
- Realizar procesos de control interno, los cuales influyan en el mejoramiento continuo de la empresa.

LISTA DE REFERENCIAS

- América Stereo. (2014). Recuperado el 07 de 12 de 2014, de <http://americaestereo.com/programacion/>
- Baca Urbina, G. (2007). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: Norma.
- Bacalla Villalobos, C. (2012). Formulación y evaluación de proyectos. Chiclayo.
- Banco Central. (2014). Tasa de inflación acumulada año 2013. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Burbules, N., & Callister, T. (2001). Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información. Barcelona: Editorial Granica.
- Carmack, R. M. (2001). Historia social de los K'iche's. Guatemala: Cholsamaj.
- Codificación de la ley de compañías del Ecuador. (1999).
- EJE comunicaciones. (Diciembre de 2014). Precios página web. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Entidades Financieras. (2014). Boletines entidades financieras. Quito, Pichincha.
- Escribano, G., Fuentes Merino, M., & Alcaraz Criado, J. (2006). Políticas de marketing. Madrid: International Thomson Editores.
- Fideas, G. (1999). El proyecto de investigación. Caracas: Editorial EPISTEME C.A.
- Hanke, J. E., & Wichern, D. W. (2006). Pronósticos en los negocios. México: Pearson Education.
- Herrero, J. (2002). Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. Madrid: Thomson Editores Spain.
- Kinneer, T. C., & Taylor, J. R. (2003). Investigación de mercados, un enfoque aplicado. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill .
- Kotler, P. (2003). Dirección de marketing: conceptos esenciales. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). Fundamentos de marketing. Colombia: Prentice Hall.

- Mejia, C. A. (2012). La estrategia del conocimiento. Métodos para la determinación del precio. Medellín, Colombia.
- Municipio de Quito. (2014).
- Neira Rodríguez, J. A. (2010). Cómo preparar el plan de empresa. Madrid: Fundacion Confemetal.
- Parejo, A. L. (1998). Constitución y valores del ordenamiento. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Parkin, M. (2009). Economía . Naucapal de Juarez: Pearson Education.
- Pontificia Universidad Javeriana. (2001). Estrategias de producción y mercado para los servicios. Bogotá: Centro Editorial Javeriano CENDEX.
- Priede, T. (2010). Creacion y desarrollo de empresas. Madrid: Piramide.
- Rojas, F. (2013). Formulación de Proyectos. Colombia: Ediciona.
- Servicio de Rentas Internas. (2014).
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Bruce, W. J. (2007). Fundamentos de marketing. México: McGraw-Hill.
- Walpole, R., Myers, R., Myers, S., & Ye, K. (2007). Probabilidad y estadística para ingeniería y ciencias. Mexico: Pearson Education.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

ENCUESTAS REALIZADAS A NEGOCIOS Y PEQUEÑAS EMPRESAS UBICADAS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

La presente encuesta tiene como finalidad realizar un análisis de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la asesoría contable y tributaria ubicada en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

POR FAVOR RESPONDA A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

1. **¿Su negocio está obligado a llevar contabilidad?**

Sí.....

No.....

2. **¿De acuerdo a qué periodo de tiempo realiza usted sus obligaciones tributarias?**

Mensual.....

Semestral.....

3. **¿Conoce usted alguna empresa que brinde servicios de asesoría contable y/o tributaria?**

Sí.....

No.....

4. **¿Su negocio o empresa cuenta con un servicio de asesoría contable y/o tributaria?**

Sí.....

No.....

5. **Marque con una X los servicios que usted recibe por parte de su asesor:**

Asesoría contable mensual	<input type="checkbox"/>
Asesoría tributaria mensual	<input type="checkbox"/>
Asesoría integral mensual	<input type="checkbox"/>
Declaraciones de impuestos	<input type="checkbox"/>
Validación de anexos	<input type="checkbox"/>
Devoluciones de impuestos	<input type="checkbox"/>
Asesorías en trámites especiales	<input type="checkbox"/>

6. **¿Está usted satisfecho con el servicio de asesoría recibido actualmente?:**

Sí.....

No.....

7. **¿Cuánto paga usted por los servicios de asesoría al mes?**

Hasta \$100,00	
De \$101,00 a \$300,00	
De \$301,00 a \$500,00	
Más de \$500,00	

8. **¿Qué aspecto considera usted más importante para contratar un servicio de asesoría?**

Personal capacitado	
Costo del servicio	
Resultados finales	

9. **¿Cuál es el problema más común y repetitivo que usted ha tenido en su empresa con relación al manejo y administración de impuestos?**

Multas u otras sanciones por el SRI	
Falta de conocimiento de la normativa tributaria vigente	
Presentación tardía de información tributaria	

10. **¿Usted estaría dispuesto a contratar el servicio de asesoría contable y tributaria de una nueva empresa que está incursionando en el mercado?**

Sí.....

No.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Medios publicitarios

TARIFARIO OFICIAL		
CADENA RADIAL AMERICA AÑO 2014		
Cuña o mención ocasional 30" USD 18,00		
Espacios contratados ocasionales 1 minuto USD 50,00		
Empresas y agencias de publicidad		
AMERICA 104.5 FM STEREO – QUITO		
CUÑA o MENCIÓN 10"	rotativo	USD. 15,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 20"	rotativo	USD. 18,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 30"	rotativo	USD. 22,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 40"	rotativo	USD. 28,00 más IVA cada pasada
CUÑA o MENCIÓN 60"	rotativo	USD. 45,00 más IVA cada pasada

Fuente: (América Stereo, 2014)

Anexo 3: Disponibilidad de recursos financieros

Banco Promérica

PRODUCTIVO PYMES < 200M)					
< 200M (Ver tabla)					
Con Reciprocidad					
s://www.promerica.ec/printer.aspx?obj=21&sub=162					
Tarifas Anexo1					
Tipo de Pago	Reajuste: Tasa Pasiva Referencial + 7.36 Puntos porcentuales	Plazo (meses)	Tasa de interés	TEA	
Amortizable	Capital de Trabajo: Hasta 12 meses	12	11,23%	11,83%	
		24	11,23%	11,83%	
	Activos Fijos: Hasta 36 meses	36	11,23%	11,83%	
Plazo fijo	Renovables	3	11,34%	11,83%	
		6	11,50%	11,83%	
		3	11,34%	11,83%	
Proyectos Inmobiliarios		6	11,50%	11,83%	
		12	11,83%	11,83%	
		18	11,83%	11,83%	

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Banco Promérica, tarifario a Julio 2014.

Banco de Guayaquil:

1.3 COSTO DEL CRÉDITO

			MONTO FINANCIADO	TASA EFECTIVA		TOTAL INTERESES	CUOTA MENSUAL	MONTO TOTAL A PAGAR A LA ENTIDAD
				DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
COMERCIAL	Para la mediana empresa	36 meses	\$ 50,000.00	11.83%	11.83%	\$ 9,125.94	\$ 1,642.46	\$ 59,128.56
	Para la pequeña empresa	36 meses	\$ 20,000.00	11.83%	11.83%	\$ 3,651.48	\$ 656.99	\$ 23,651.48
CONSUMO	General	12 meses	\$ 1,500.00	16.30%	16.30%	\$ 126.31	\$ 135.53	\$ 1,626.31
	General	18 meses	\$ 3,000.00	16.30%	16.30%	\$ 373.75	\$ 187.43	\$ 3,373.75
CONSUMO VEHICULOS	Vehiculos	36 meses	\$ 10,000.00	16.30%	16.30%	\$ 2,514.05	\$ 347.61	\$ 12,514.05
	Vehiculos	36 meses	\$ 20,000.00	16.30%	16.30%	\$ 5,029.61	\$ 695.22	\$ 25,029.61
VIVIENDA	Vivienda	5 años	\$ 10,000.00	9.27%	11.33%	\$ 2,425.33	\$ 207.09	\$ 12,425.33

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Banco de Guayaquil, tarifario a Julio 2014.

Produbanco:

COSTOS DEL CREDITO **

TIPO DE CREDITO	PLAZOS	MONTO FINANCIADO	TASA EFECTIVA		VALOR TOTAL A PAGAR POR INTERESES	CUOTA MENSUAL	MONTO TOTAL A PAGAR A LA ENTIDAD
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE			
COMERCIAL							
Corporativo	36 meses	50,000	9,33	9,33	7.203,47	1.588,82	57.203,47
Corporativo	12 meses	100,000	-	9,33	-	-	-
Mediana Empresa	36 meses	50,000	11,83	11,83	9.133,44	1.642,39	59.133,44
Mediana Empresa	12 meses	100,000	-	11,83	-	-	-
Pequeña Empresa	36 meses	20,000	11,83	11,83	3.653,39	656,95	23.653,39
Pequeña Empresa	12 meses	20,000	-	11,83	-	-	-
Pequeña Empresa	36 meses	50,000	11.83	11,83	9.133,44	1.642,39	59.133,44

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Produbanco, tarifario a Julio 2014.

Banco Pichincha:

1.2 COSTO DEL CRÉDITO								
TIPO DE CRÉDITO	PLAZO (meses)	MONTO	ASA DE INTERES		VALOR TOTAL INTERES	CUOTA TOTAL	MONTO TOTAL A PAGAR	CARGA FINANCIERA
			DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE				
COMERCIAL	36	50.000	11,20%	11,83%	9100,32	1654,14	59.548,92	9548,92
CONSUMO	12	1.500	15,18%	16,30%	126,18	135,51	1.630,55	130,55
CONSUMO VEHICULOS	48	11.490	15,15%	16,30%	3901,32	390,91	18.234,41	6744,01
MICROCRÉDITO	18	10.500	22,50%	30,50%	1968,57	755,81	12.588,41	2088,41
VIVIENDA	36	5.000	10,75%	11,33%	871,68	166,34	5.871,68	988,36

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Banco Pichincha, tarifario a Julio 2014

Banco Pacífico:

PLAN AUTO			
Plazo 1 año		13.50%	14.37%
Plazo 2 años		13.75%	14.65%
Plazo 3 años		14.00%	14.93%
Plazo 4 años		14.25%	15.22%
Plazo 5 años		14.50%	15.50%
CRÉDITO PACÍFICO			
Plan Salud/ Plan Viajes/ Plan Hogar		15.20%	16.30%
PRÉSTAMO ESTUDIOS			
Préstamo Estudios		7.80%	8.08%
PYME PACÍFICO (*)			
6-9 meses plazo		9.7612%	10.21%
10-18 meses plazo		10.00%	10.47%
19-24 meses plazo		10.50%	11.02%
> 24 meses plazo		11.2332%	11.83%

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Banco Pacífico, tarifario a Julio 2014

Banco Internacional:

BANCO INTERNACIONAL			
1. DETERMINACIÓN DE CARGOS ASOCIADOS Y OTROS POR TIPO DE CRÉDITO			
1.1 Tasas de Interés			
TIPO DE CRÉDITO		TASA	VARIABLES
COMERCIAL	Corporativo	hasta 9.33% anual	Se reajusta en periodos iguales y sucesivos de 360 días, en función de la tasa de interés pasiva referencia publicada por el BCE, más el margen negociado con cada cliente, sin exceder de la tasa máxima del segmento.
	PYME	hasta 11.83% anual	
CONSUMO	Empresarial	hasta 10.21% anual	
	Consumo	hasta 16.30% anual	
VIVIENDA	Sobregiro ocasional/contratado	hasta 16.30% anual	
	Vivienda	hasta 11.33% anual	
MICROCRÉDITO	Acumulación Ampliada	hasta 25.50% anual	
	Acumulación Simple	hasta 27.50% anual	
	Minorista	hasta 30.50% anual	

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Banco Internacional, tarifario a Julio 2014.

Banco Bolivariano:

Tasas Activas				
Tasa Efectiva Anual (TEA) por segmento				
Plazo	Productivo Corporativo	Productivo Empresarial	Productivo PYMES	Préstamos Personales
Hasta 180 días				16,18%
181 a 360 días	9,33%	10,21%	11,83%	16,18%
361 a 720 días	9,33%	10,21%	11,83%	16,18%
721 a 1080 días	9,33%	10,21%	11,83%	
1081 a 1440 días	9,33%	10,21%	11,83%	
1441 a 1800 días	9,33%	10,21%	11,83%	
Tasa Efectiva Anual (TEA) para productos PLANVISION				

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Banco Bolivariano, tarifario a Julio 2014

Banco de Machala:

TIPO DE CREDITO	PLAZOS	MONTO FINANCIADO	TASA EFECTIVA		VALOR TOTAL A PAGAR POR INTERESES	CUOTA MENSUAL	MONTO TOTAL A PAGAR A LA ENTIDAD
			DE LA ENTIDAD	MAXIMA BCE			
COMERCIAL							
Para la mediana empresa	36 meses	50,000	11.83%	11.83%	9,125.94	1,842.39	59,125.94
Para la pequeña empresa	36 meses	20,000	11.83%	11.83%	3,650.38	656.05	23,650.38
CONSUMO							
GENERAL	6 meses	500	16.30%	16.30%	22.40	87.07	522.40
GENERAL	12 meses	1,500	16.30%	16.30%	126.35	135.53	1,626.35
GENERAL	18 meses	3,000	16.30%	16.30%	373.88	187.44	3,373.88

Fuente: Investigación personal en balcón de servicios Banco de Machala, tarifario a Julio 2014

Anexo 4: Estructuras ocupacionales y porcentajes de incremento para la remuneración mínima sectorial

<u>COMISIÓN SECTORIAL No. 19 "ACTIVIDADES TIPO SERVICIOS"</u>				
RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:		2.- ACTIVIDAD EN MATERIA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA		
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2014
GERENTE / AFINES	A1		1918200000101	358,26
ADMINISTRADOR DE LOCALES / ESTABLECIMIENTOS	B1		1910000000003	358,26
ADMINISTRADOR DE CAMPO	B1	Incluye: Mayordomo, Capataz	1910000000004	358,26
ADMINISTRADOR GERENCIAL	B1		1910000000005	358,26
SUBGERENTE / AFINES	B1		1910000000006	358,26
SUPERINTENDENTE / AFINES	B1		1910000000007	358,26
JEFE / AFINES	B2		1920000000008	356,46
SUPERVISOR / AFINES	B2	Incluye: Monitoreador	1920000000009	356,46
DIRECTOR / AFINES	B2		1920000000010	356,46
COORDINADOR / AFINES	B3		1930000000011	354,65
CONTADOR / CONTADOR GENERAL	C1		1910000000012	352,85
ANALISTA / AFINES	C1		1910000000013	352,85
ASESOR - AGENTE /AFINES	C1		1910000000014	352,85
TESORERO	C1		1910000000015	352,85
INSTRUCTOR / CAPACITADOR	C2		1920000000016	351,05
CAJERO NO FINANCIERO	C3		1930000000019	349,25
VENDEDOR / A	C3	Incluye: Empleado de Mostrador, Prevendedor	1930000000020	349,25
EJECUTIVO / AFINES	C3		1930000000021	349,25
DIGITADOR	D1		1910000000022	347,45

SECRETARIA / OFICINISTA	D1		1910000000024	347,45
RECEPCIONISTA / ANFITRIONA	D1		1910000000025	347,45
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE CONTABILIDAD	D1		1910000000026	347,45
COBRADOR / RECAUDADOR / FACTURADOR / ENCUESTADOR	D1		1910000000027	347,45
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR ADMINISTRATIVO	D1	Incluye: Archivador	1910000000028	347,45
INSPECTOR / AFINES	D2	Incluye: Lectores	1920000000031	345,3
MENSAJERO / REPARTIDOR	E1		1910000000034	344,59
GESTOR DE DOCUMENTACIÓN	E1		1910000000035	344,59
CONSERJE / PORTERO	E1		1910000000036	344,59

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:				
3.- ACTIVIDADES PROFESIONALES				
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2014
PROFESIONALES CON TITULO DE CUARTO NIVEL	A1		1910000000042	358,26
PROFESIONALES CON TITULO DE TERCER NIVEL	B1		1910000000043	358,26
DIRECTOR DE ARTE	B3		1911730000010	354,65
TRABAJADOR / A SOCIAL	C1		1911740000030	352,85
PUBLICISTA	C2	Incluye: Creativo	1920000000044	351,05

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA: 7.- SERVICIOS TÉCNICOS				
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2014
CHOFER: camionetas livianas o mixtas hasta 3,5 toneladas.	C1	Incluye chofer / conductor de reparto	1910000000091	352,85
CHOFER: para camiones pesados hasta 4,5 toneladas.	C1	Incluye chofer / conductor de reparto	1910000000092	352,85
PSICOLOGO INDUSTRIAL	C2		1920000000077	351,05
CHOFER: Para automóviles y camionetas con acoplados de hasta 1,75 toneladas de carga útil o casas rodantes	C2		1920000000090	351,05
CHOFER: Para ciclomotores, motocicletas y triciclos motorizados.	D1		1910000000089	347,45
MECANICO EN GENERAL	D2		1920000000078	345,3
CARPINTERO EN GENERAL	D2		1920000000079	345,3
CERRAJERO EN GENERAL	D2		1920000000080	345,3
ELECTRICISTA EN GENERAL	D2		1920000000081	345,3
PLOMERO EN GENERAL	D2		1920000000083	345,3
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE SERVICIOS TÉCNICO	E2		1920000000087	340,34