



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE PLAN DE NEGOCIOS PARA EL LANZAMIENTO DE  
UN LIBRO TRIBUTARIO**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERO COMERCIAL**

**AUTOR: SARA MARIUXI CASTAÑEDA CHILAN**

**TUTOR: ECON. ERNESTO RANGEL**

**Guayaquil, junio 22 de 2010**

**PROYECTO DE PLAN DE NEGOCIOS PARA EL LANZAMIENTO DE  
UN LIBRO TRIBUTARIO**

---

## **DEDICATORIA**

Consagro este trabajo, producto de largas horas de estudio e investigación a Hitamar y Elián, como muestra de agradecimiento por todo el tiempo perdido y como prueba del amor que les tengo.

---

## AGRADECIMIENTO

A Carmen Chilán, por su endereza y buen ejemplo

A Javier Castañeda por ser el impulsor en todo sentido de mi carrera

A Uriel Castillo por su constancia y solidaridad hasta el final

A Elián con quien aprendí a abrir las alas y volar

A todos mis profesores por su invaluable esfuerzo para transmitir su saber

A Dios y a la Virgen que siempre acompañan mi caminar.

## INDICE

### INTRODUCCIÓN

#### **1.- Descripción Del Proyecto**

1.1.- Nombre Del Producto	I
1.2 - Descripción Del Producto	II
1.3.- Objetivos Del Proyecto	II
1.3.1.- Generales	II
1.3.2.- Específicos	II
1.4.- ¿Qué Necesidad Satisface?	III
1.5.- Segmento Del Mercado: Consumidor	III
1.6.- Etapa En El Ciclo De Vida Del Proyecto	III
1.7.- Competidores Directos/Indirectos	IV
1.8.- Aliados Estratégicos	V

#### **2.- Estudio De Factibilidad Técnica Del Proyecto**

2.1.-Temas a desarrollar	V
2.2.- Proceso de Producción	VI
2.3.- Flujo grama proceso producción del libro	IX
2.4.- Descripción De La Infraestructura Necesaria	X
2.4.1.- Espacio Físico	XI
2.4.2.- Ubicación	XI
2.4.3.- Permisos	XII
2.4.4.- Capacidad De Atención	XII
2.5.- Situación Actual De La Empresa En El Mercado	XII
2.5.1 .- Aspectos Legales: Tipo De Empresa	XII
2.5.2.- Organigrama	XII
2.5.2.1.- Manual de Organización y Funciones	XIII

#### **3.- Estudio De Mercado: Proceso De Investigación De Mercados**

3.1.- Diseño metodológico de la investigación	XVIII
3.1.1.- Tipo de Estudio	XVIII

3.1.1.1.- Exploratorio	XVIII
3.1.1.2.- Concluyente Descriptivo	XVIII
3.1.2.- Método de recolección de datos	XVIII
3.1.2.1.- Datos cuantitativos	VXIII
3.1.2.2.- Datos cualitativos	XVIII
3.1.3.- Estudio Exploratorio: Técnicas cualitativas	XIX
3.1.3.1.- Grupo Focal	XIX
3.2.- Consulta a Expertos	XIX
3.2.1.- Estudio concluyente: Técnicas cuantitativas	XIX
3.2.2.- Diseño del cuestionario	XX
3.2.3.- Muestro	XXI
3.3.1.-Probabilistico	XXI
3.3.3.- Selección del tamaño de la muestra	XXI
3.3.4.- Área geográfica del estudio y tiempo	XXII
3.4.-Presentación de resultados cualitativos	XXIII
3.4.1.- Focus Group	XXIII
3.4.1.2.- Consulta a Expertos	XXIII
3.4.1.3.- Presentación de resultados	XXIV
<b>4.- <u>Plan De Marketing Para El Lanzamiento De Nuevo Producto</u></b>	<b>XXX</b>
4.1.1- Análisis Estratégico	XXX
4.1.1.1.- Estructura De La Cultura Corporativa	XXX
4.1.1.2.- Misión	XXX
4.1.1.3.- Visión	XXX
4.1.1.4.- Principios y Valores	XXX
4.2.- Planteamiento de Objetivos	XXX
4.2.1.- Marketing	XXX
4.2.1.2.- Posicionamiento	XXXI
4.3.- Análisis del cliente	XXXI
4.4.- Segmentación de mercado y perfil del consumidor	XXXII
4.4.1.- Posicionamiento	XXXII

4.4.1.1.- Estrategias de posicionamiento y/o diferenciación	XXXII
4.5.- Marketing Mix	XXXII
4.5.1.2.- Características y productos	XXXII
4.5.1.3.- Estrategias de Branding	XXXIII
4.5.1.4.- Estrategias de precio	XXXIII
4.5.1.5.- Estrategias de distribución y comunicación	XXXIII
<b>5.- <u>Análisis Financiero</u></b>	XXXIV
5.1.- Requerimiento de Inversión Inicial	XXXIV
5.4.- Determinación de gastos de impresión	XXXV
5.5.- Determinación gastos de nómina y beneficios sociales	XXXVI
5.6.-Determinación de Ingresos	XLVI
5.8.- Estado De Resultado	XLVIII
5.9.- Tabla de amortización	XLIX
5.10.- Estado de Situación Financiera	LIII
5.11.- Estado de Flujo de Efectivo	LV
7. Conclusiones y Recomendaciones	LVIII
Referencias	LIX

### **MARCO CONCEPTUAL:**

Alcanzar una mayor cobertura en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte del sujeto activo ha significado un reto para la Administración Tributaria. Con la aplicación del Código Tributario, se garantiza un mejor cumplimiento fiscal por parte de los contribuyentes, y se mejora la relación entre el sujeto activo (Estado) y los sujetos pasivos (Contribuyentes); a la vez transferirá responsabilidades y obligaciones tanto al auditor como al ente dictaminado, que ante una desviación al cumplimiento de las disposiciones legales, conducirá a sanciones.

### **MARCO TEORICO:**

La legislación Tributaria Ecuatoriana comprende el Código Tributario y el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario. El Código Tributario establece los principios generales, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico – Tributario Ecuatoriano.

El Sistema, consiste en la fijación, cobro y administración de los impuestos que se recaudan en el país a través del sujeto pasivo. Partiendo del supuesto de que toda sociedad se constituye con el objetivo de lograr un fin común, y como consecuencia lógica de esta premisa, se establecen las normas que habrán de regir su funcionamiento conjuntamente con los organismos que sean necesarios para la realización de este fin de interés colectivo.

### **MARCO CONTEXTUAL:**

Hoy por hoy las universidades deben responder a una necesidad de mercado ante una problemática ya no solo de las universidades o de la sociedad como un todo si no a una problemática que debe ser resuelta como una política de estado en donde está en juego el desarrollo económico sostenible de todo un pueblo.



## RESUMEN

El proyecto consta de cinco partes o estudios que son Introducción, Estudios Técnico, Mercado y Financiero y por último análisis y conclusiones.

El desarrollo de la primera parte del proyecto consiste en hacer una breve descripción del libro como tal sus beneficios, características principales, objetivos generales, específicos, necesidad que satisface, segmento del mercado al que está dirigido, el ciclo de vida del proyecto en si. En el desarrollo del Estudio técnico analizaremos un poco la viabilidad del proyecto como tal a través de la factibilidad técnica y demás componentes. El análisis financiero resume la viabilidad económica del proyecto a través de proyecciones de flujos futuros de caja basados en supuestos. Por último se hacen unas observaciones generales a considerar de ejecutarse el proyecto en el corto plazo.

## **1. DESCRIPCION DEL PROYECTO**

### **1.1 NOMBRE**

Libro Teórico Práctico de Tributación

### **1.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y SUS BENEFICIOS**

Este proyecto consiste en el diseño de un libro técnico con información exclusivamente tributaria para guiar al contribuyente paso a paso en el proceso de declaración de impuestos de personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad. Lo que implica las siguientes secciones: Declaración de Impuesto al Valor Agregado (IVA) semestral, mensual de Sociedades y Personas Naturales, Declaración Patrimonial, Retención a la Fuente, Declaración de Impuesto a la Renta, preparación de Anexos de: Gastos Personales, Declaración Patrimonial, Compras y Retenciones por Otros Conceptos, Anexo Transaccional, Relación de Dependencia, forma de cálculo de intereses mora, multas, calculo de Anticipo de Impuesto a la Renta y Conciliación Tributaria. Acompañados de casos y dentro de cada caso se desarrollaran las típicas transacciones comerciales realizadas por los contribuyentes. Así mismo servirá como base de verificación por parte de los contribuyentes para la correcta aplicación de las normas tributarias realizadas por terceros.

Adicionalmente el libro contara con un CD interactivo que facilitara el proceso de declaración de impuestos. Así mismo para que el estudio de la normativa tributaria sea realmente didáctico, en cada tema que se aborde incluirá objetivos, resumen, cuestionario, preguntas de verdadero y falso junto a ejercicios de aplicación práctica. En algunos capítulos se incluirá casos de negocios con datos de la vida real para que el lector practique la teoría expuesta con la cotidianidad comercial de nuestro país. El libro también contara con soporte multimedia en una página web de la Obra en donde los lectores podrán encontrar valiosos recursos que le servirán de apoyo en este proceso de aprendizaje.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 GENERALES**

Diseñar un libro con procedimientos técnicos de buenas prácticas tributarias para el establecimiento de una organización empresarial acumuladora de capital.

#### **1.3.2 ESPECIFICOS**

- Que los contribuyentes conozcan, comprendan y apliquen correctamente las normas establecidas en la LRTI para la liquidación y/o declaración de impuestos.
- Facilitar el cumplimiento tributario de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), Personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad según la LRTI.
- Contribuir en la formación tributaria de los estudiantes universitarios de carreras contables-administrativas, comerciantes, profesionales y emprendedores.
- Aumentar y reforzar la cultura tributaria en los contribuyentes.

### **1.4 QUE NECESIDADES SATISFACE**

La recaudación de impuestos ha aumentado en los últimos diez años. Sin embargo la asistencia técnica a los contribuyentes por parte de los organismos de control es escasa. Dado que el 70% de los negocios en Guayaquil mueve ventas de hasta US\$60.000 anuales y los profesionales en ejercicio de su profesión también están obligados a presentar una declaración de impuestos, este libro de tributación nace como alternativa de evaluación tanto de los contribuyentes como de las personas encargadas de las prácticas tributarias en el Ecuador. El libro CD como tal ayudara a los contribuyentes a realizar sus propias declaraciones sin necesidad de contratar a terceros que en muchos de los casos no cuentan con los conocimientos necesarios para realizar este tipo de trabajo en donde el contribuyente tiempo después se ve expuesto a realizar declaraciones sustitutivas o en el peor de los casos pagar valores, intereses, multas por declaraciones mal realizadas lo que conlleva a un decremento en los beneficios económicos que le pudiera generar el negocio o actividad profesional.

## 1.5 SEGMENTO DE MERCADO:

Inicialmente el libro-CD estará dirigido a estudiantes universitarios de carreras contables-administrativas, auxiliares de contabilidad, contadores, emprendedores y demás profesionales indistintamente de su profesión que por su actividad económica están obligados a presentar una declaración de impuestos.

## 1.6 ETAPA EN EL CICLO DE VIDA DEL LIBRO

El ciclo de vida de todo libro se inicia en la revisión y culmina con la etapa de fuera de impresión.

Todo libro pasa por cinco etapas:

**Pre-Producción:** Se hace una producción mínima para testear el mercado y realizar retoques finales para la introducción de la primera edición. Esta etapa minimiza el riesgo de fracaso en el mercado.

**Primera Edición:** En esta etapa gran parte de la demanda se basa en el lanzamiento. Así mismo casi la totalidad del esfuerzo promocional de la obra se realiza en esta primera edición (Presentación del Libro, notas al autor, en diarios y revistas, exhibición especial en las librerías, publicidad en la vía pública.

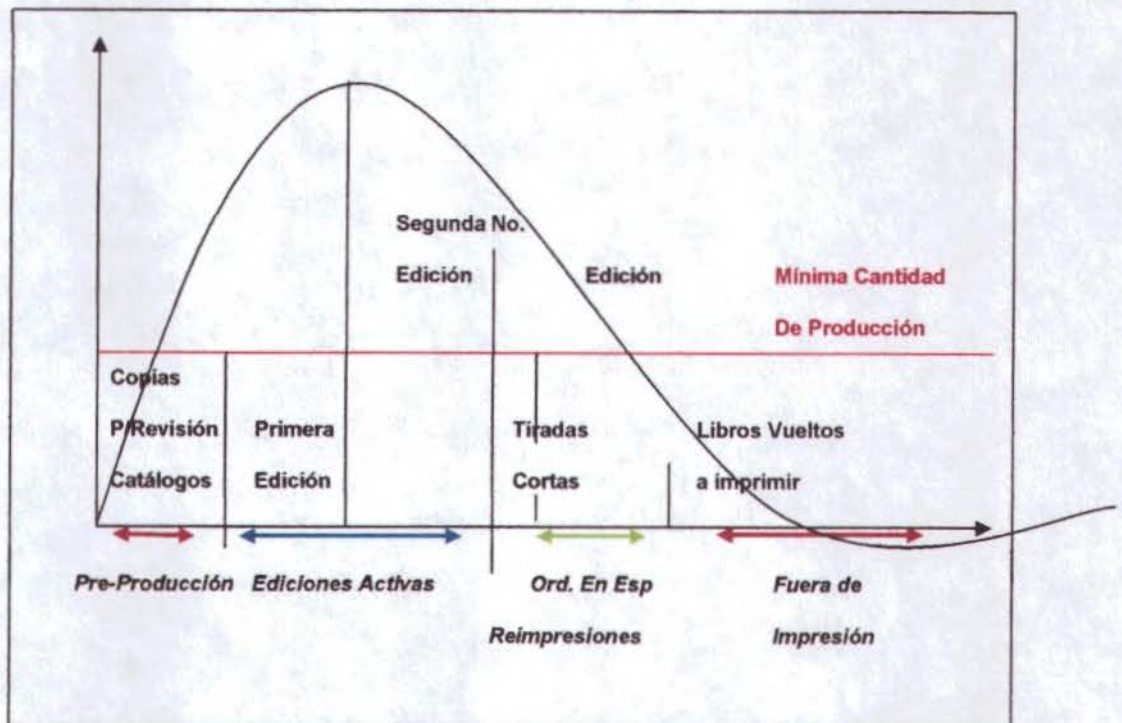
**Ediciones Activas:** En función del éxito de la obra salen nuevas ediciones al mercado (en tiradas menores a la primera edición). La promoción se vale únicamente del efecto boca a boca y de la reputación ganada por la obra. La demanda de la mayoría de los títulos tiende a declinar en el tiempo. A medida que su demanda disminuye, las nuevas ediciones van reduciendo la calidad de producción, pasan de edición cuidada a libro de bolsillo. Llega un momento en que la demanda quiebra el punto de inflexión en el cual su producción deja de ser económicamente viable y concluye el periodo de ediciones regulares.

**Ediciones Especial:** En algunos casos la demanda remanente luego de su última edición puede continuar siendo sostenida, aunque por debajo del límite de impresión. En estos casos los

editores realizan ediciones especiales en tiradas cortas aprovechando momentos puntuales de concentración de demandas (clases, fechas especiales)

**Fuera de Impresión:** Los libros salen definitivamente del mercado cuando su demanda remanente es escasa y no justifica una nueva impresión. Vale destacar que cuando los libros salen del mercado queda una demanda insatisfecha.

### Ciclo de Vida del Libro



### 1.7 COMPETIDORES DIRECTOS/INDIRECTOS

Existen en el mercado Consultores Tributarios de reconocida experiencia y larga trayectoria, instituciones que de alguna manera preparan a los jefes departamentales y auxiliares en temas contables tributarios y demás textos que se encuentran en el mercado.

## 1.8 ALIADOS ESTRATEGICOS

Dada la relevancia e implicaciones de orden legal es menester contar con el aval del Servicio de Rentas Internas pues de esta institución emana toda la reglamentación para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno y quien de alguna manera garantiza la confiabilidad de la información que se promulgara, lo que dará credibilidad al consumidor final.

## 2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICA

La base teórica se sustenta en la Ley de Régimen Tributario Interno y el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. Así mismo se contara con la dirección técnica del Departamento Legal y Gestión Tributaria del Servicio de Rentas Internas.

### 2.1 TEMAS A DESARROLLAR

<b>Impuesto al Valor Agregado</b>	<b>Tributos</b>
Generalidades	Definición
Impuesto Indirecto	IMPUESTOS
Carga Tributaria recae Consumidor final	Directos
Compras Sustentan Crédito Tributario	Indirectos
Las Tarifas del IVA son 0% y 12%	Impuesto a la Renta
A que graba el Impuesto al Valor Agregado	Objeto
Hecho Generador	Concepto
Transferencias que no son objeto del Impuesto	Sujetos de Renta
Servicios Tarifa 0%	Fuentes
Ejercicios	Exenciones Locales
Identificar que tarifa es aplicable a las transacciones	Deducciones Generales
Hojas de Respuestas al final del libro	Gastos Personales
Base Imponible General	Deducciones Generales
Base Imponible para Bienes Importados	Anticipo del Impuesto a la Renta

Base Imponible Casos Especiales	Devolución del Anticipo
Sujetos del IVA	Gastos no deducibles
Contribuyentes	Obligación Contabilidad
Agente de Percepción	Renta Global de Personas Naturales
Agente de Retención	Rentas del Trabajo
Crédito Tributario Total	En Relación de Dependencia
Crédito Tributario Parcial	Del Libre Ejercicio Profesional u Ocupación
Sin derecho a Crédito Tributario	Formulario 102 Impuesto a la Renta (IR) Personas Naturales
Factor de Proporcionalidad	Formulario 102 A IR Personas Naturales no Obligadas a llevar Contabilidad
Declaración y Pago de IVA	Rentas de la Propiedad
Retenciones de IVA 30%	Renta Agrícola
Retenciones de IVA 70%	Aumento de Inmuebles (u otros activos)
Retenciones de IVA 100%	Rentas de Capital y Trabajo
Exenciones	Negocios con Contabilidad Simplificada
Cuadro Explicativo para Retenciones de IVA	Tarifas de Personas Naturales
Ejercicios de Retenciones de IVA	Tarifas para Sociedades
Formularios 104 Impuesto al Valor Agregado	B.I. Rentas del Trabajo en Relación de Dependencia
Formulario 104 A IVA no obligados a llevar Contabilidad	B.I. Rentas del Trabajo Libre Ejercicio Profesional
	B.I. Rentas de la Propiedad Agrícola
	B.I. Incentivo a la Propiedad Agropecuaria
<b>Preparación de Anexos</b>	
Anexo Notarios y Registradores de la Propiedad y Mercantiles	B.I. Renta de la Propiedad (arrendamiento)
Anexo de Gastos Personales	Determinación del Impuesto
Declaración Patrimonial (DPT)	Conciliación Tributaria
Devolución de IVA	Distribución de Utilidades
Retenciones en la Fuente de Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC)	Declaraciones Tardías
Anexo Transaccional Simplificado (AATS)	Si causa Impuesto
Anexo de Retenciones en la Fuente Bajo Relación de Dependencia (RDEP)	Si la declaración no causa impuesto
Régimen Simplificado de Tributación (RISE)	Plazos para declarar impuestos

**Retenciones en la Fuente de Impuesto a la Renta**

Formulario 103 Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta

Formulario 105 Impuesto a los Consumos Especiales

Formulario 108 Impuesto Renta sobre ingresos de Herencias, legados y donaciones

Sujetos de Retención

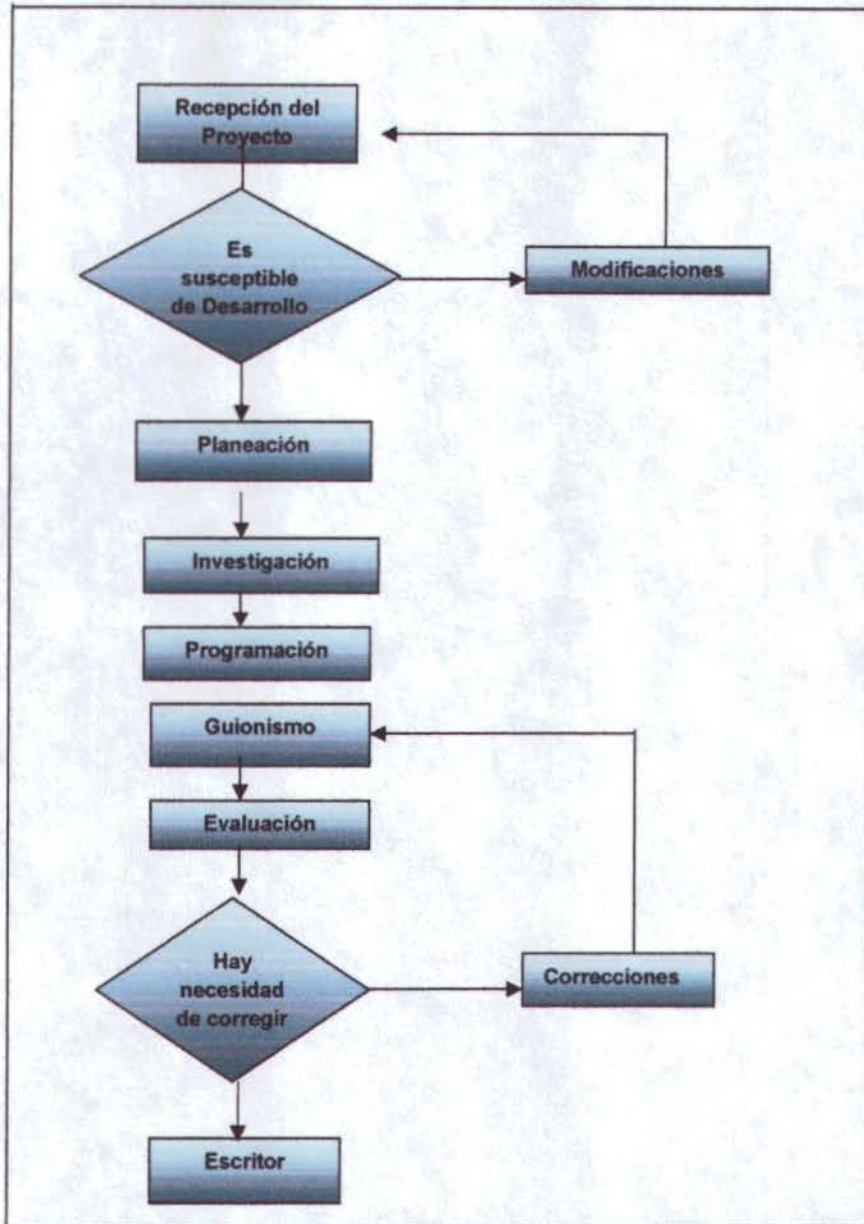
No sujeto de Retención

Porcentajes de Retención

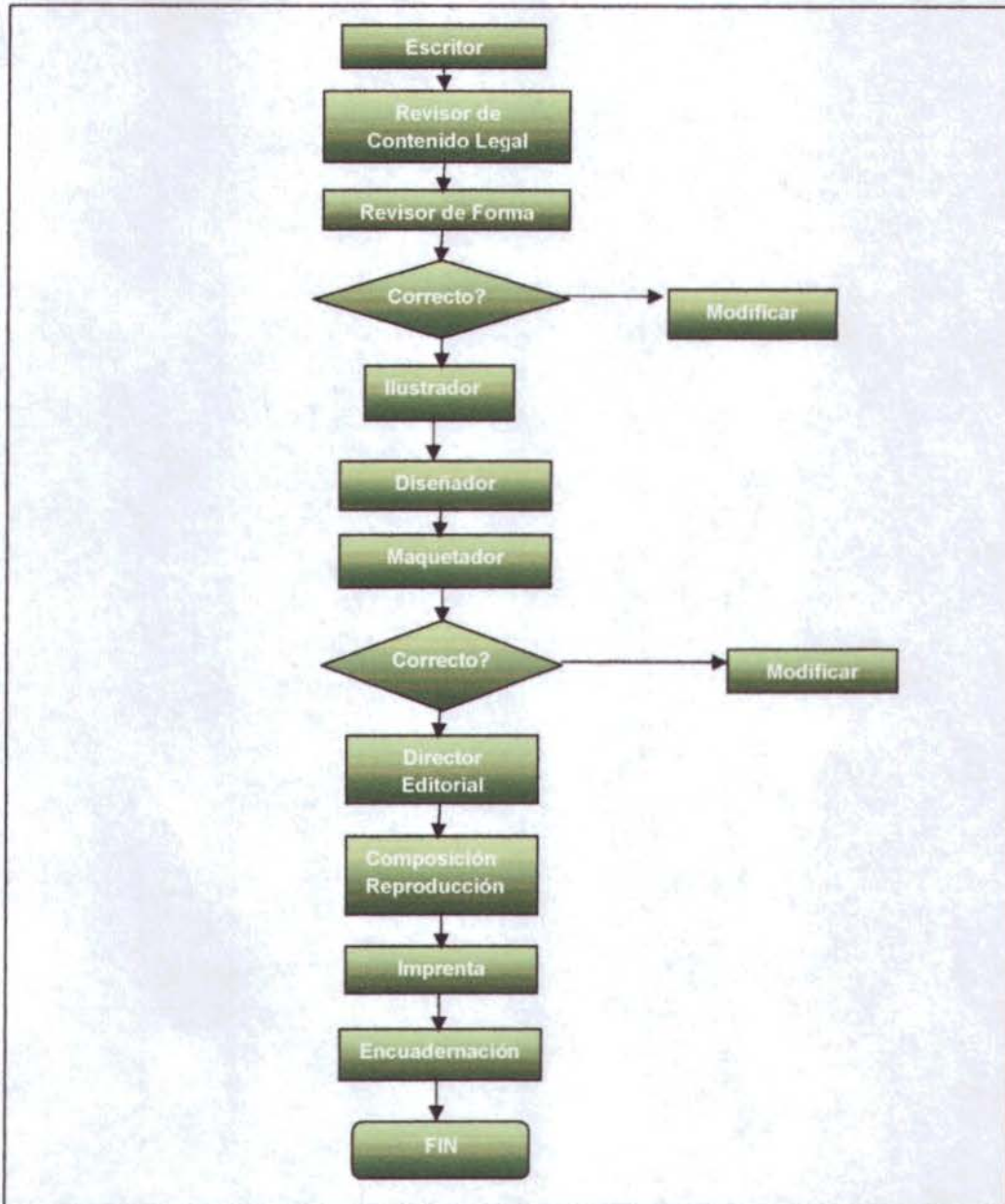
Tabla de aplicación porcentajes de Retención



## 2.2 PROCESO DE PRODUCCION DE LA IDEA DEL LIBRO



**2.3 FLUJOGRAMA PROCESO PRODUCCION DEL LIBRO  
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA**



## 2.4 DESCRIPCION DE LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA:

### Equipos:

Cantidad	Descripción	P/U	Valor Total
4	Computadoras	US\$1.100,00	US\$4.400,00
2	Impresoras	US\$150,00	US\$300,00
2	Fotocopiadora	US\$300,00	US\$300,00
1	Escaner	US\$150,00	US\$150,00

### Muebles y Enseres:

Cantidad	Descripción	P/U	Valor Total
6	Escritorios	US\$700,00	US\$2.100,00
6	Sillones	US\$250,00	US\$1.500,00
2	Archivadores	US\$300,00	US\$600,00
1	Exhibidor de Libros	US\$1.100,00	US\$1.100,00
1	Mesa de espera	US\$250,00	US\$250,00
1	Sillón	US\$900,00	US\$900,00
1	Mesa de conferencia	US\$1.900,00	US\$1.900,00
10	Sillas	US\$75,00	US\$750,00
1	Pizarra Acrilica	US\$300,00	US\$300,00

### Útiles de Oficina:

Cantidad	Descripción	P/U	Valor Total
1	Calculadora/Sumadora	US\$300,00	US\$300,00
1	Teléfono Fax	US\$350,00	US\$350,00
5	Teléfonos	US\$75,00	US\$375,00
	Papelería	US\$500,00	US\$500,00
	Varios(marcadores,borrador)	US\$300,00	US\$300,00

Otros:

Cantidad	Descripción	P/U	Valor Total
2	Cafetera	US\$150,00	US\$300,00
2	Nevera	US\$180,00	US\$360,00

#### 2.4.1 ESPACIO FISICO

Oficina #1 Gerencia General y Asesor Tributario/Instructor

Oficina #1 Contador, 2 Asistentes consulta en línea

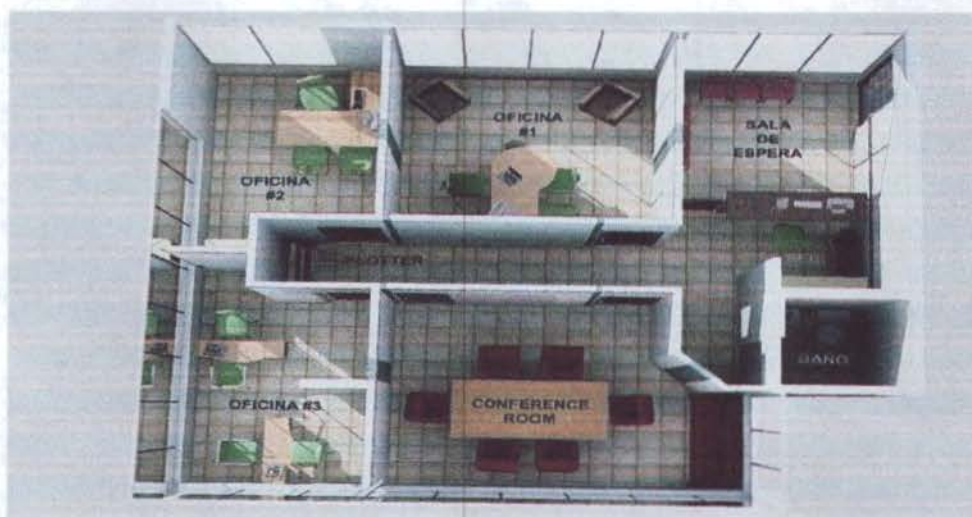
Oficina#3 Vendedores/Consulta en Línea

Sala de Espera Clientes

Escritorio Entrada Secretaria

Sala Reuniones

y Conferencias



#### 2.4.2 UBICACION

La Oficina deberá contar con un espacio mínimo de 48m<sup>2</sup> y máximo 72m<sup>2</sup> Estará ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, en el Edificio World Trade Center Torre A.

### 2.4.3 PERMISOS

1. Escritura pública de constitución de la compañía;
2. Aprobación en la Superintendencia de Compañías;
3. Inscripción en el Registro Mercantil
4. Permiso del Cuerpo de Bomberos
5. Ruc

### 2.4.4 CAPACIDAD DE ATENCION

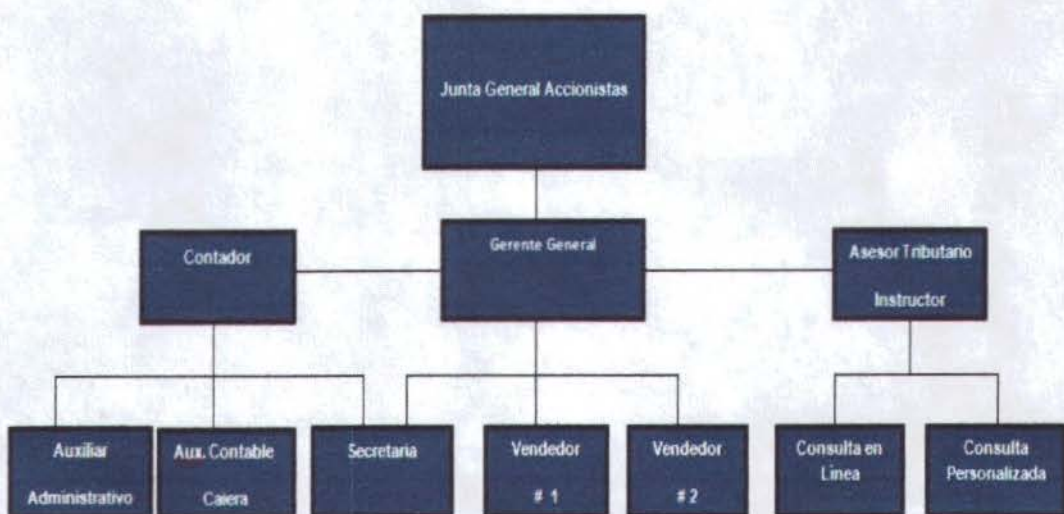
La atención será personalizada o en línea según los requerimientos del cliente. El horario de atención será de 9:00am a 18:00pm. El Estudio contará con dos Expertos Tributarios para las consultas en línea o atención personalizada.

## 2.5 SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA EN EL MERCADO

### 2.5.1 ASPECTOS LEGALES: TIPO DE EMPRESA

La empresa se constituirá como una sociedad anónima, mediante escritura pública, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. Su Capital estará conformado por la aportación de los accionistas y estará sujeta a todas las reglas de las compañías mercantiles anónimas.

### 2.5.2 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



## **2.5.2.1 MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES**

### **NOMBRE DEL CARGO: ACCIONISTAS**

#### **FUNCIONES**

1. Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo;
2. Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría externa en los casos que proceda. No podrán aprobarse ni el balance ni las cuentas si no hubieren sido precedidos por el informe de los comisarios;
3. Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario;
4. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;
5. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones;
6. Resolver acerca de la amortización de las acciones;
7. Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,
8. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía; nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación.

### **NOMBRE DEL CARGO: GERENCIA GENERAL**

#### **FINALIDAD DEL CARGO**

La Gerencia General tendrá como propósito organizar , dirigir, y coordinar el funcionamiento y desarrollo de la compañía de acuerdo a la política institucional establecida por la Junta de Accionistas.

#### **FUNCIONES**

1. Proponer al Directorio y dirigir la aplicación de planes, presupuestos, organización, estrategias y objetivos empresariales;

2. Evaluar el logro de objetivos y el desempeño de los colaboradores a su cargo y Asesor Tributario;
3. Dirigir las acciones de mejora y rediseño de procesos, la calidad del servicio y de la productividad del Estudio;
4. Supervisar la administración de los recursos humanos, financieros y materiales;
5. Dirigir la implementación de las disposiciones de la Junta General de Accionistas;
6. Disponer la implementación de las medidas correctivas resultantes de las futuras auditorías que se realicen;
7. Delegar las atribuciones necesarias para garantizar la mejor marcha del Estudio;
8. Desempeñar otras funciones fijadas por el Estatuto y la Junta General de Accionistas;

#### **RELACIONES**

**Reporta a:** Junta de Accionistas

**Supervisa a:** Vendedores  
Secretaria

**NOMBRE DEL CARGO:** SECRETARIA

#### **FINALIDAD DEL CARGO:**

Ejecutar actividades de apoyo secretarial y administrativas que impliquen un grado de responsabilidad y confiabilidad.

#### **FUNCIONES**

1. Recepcionar, clasificar, registrar y distribuir toda la documentación de la Gerencia General;
2. Preparar el despacho de la documentación para atención y/o respuesta, efectuando el seguimiento pertinente;
3. Distribuir documentos de la Gerencia General y Contador;

4. Atender y efectuar llamadas telefónicas, así como mantener actualizada la agenda diaria de la Gerencia General y contador coordinando las reuniones y citas respectivas;
5. Tomar dictados, redactar documentos, así como digitar los textos encargados;
6. Llevar el manejo y efectuar la rendición de fondos del manejo de Caja Chica;
7. Controlar el ingreso y salida del personal, unidades móviles, materiales y equipos de las instalaciones de la compañía;
8. Registrar y procesar la compra de los libros;

#### **RELACIONES**

**Reporta a:** Gerencia General

**Supervisa a:** No aplica

**NOMBRE DEL CARGO:** ASESOR TRIBUTARIO E INSTRUCTOR

#### **FINALIDAD DEL CARGO:**

Asesorar, ejecutar y coordinar las actividades especializadas en soporte a la Gerencia General.

#### **FUNCIONES**

1. Absolver consultas relacionadas con su especialidad;
2. Realizar estudios e investigaciones sobre mejora y rediseño de procesos, la calidad y productividad del servicio;
3. Revisar y/o estudiar documentos administrativos y emitir informes técnicos especializados;
4. Participar en comisiones y reuniones de trabajo;
5. Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por la Gerencia General;



## **RELACIONES**

**Reporta a:** Gerente General

**Supervisa a:** Consultor en Línea #1

Consultor en Línea#2

**NOMBRE DEL CARGO:** CONTADOR

### **FINALIDAD DEL CARGO:**

Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad de la compañía, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.

### **FUNCIONES:**

Las funciones del Contador están determinadas por las normas y código de ética establecidos para el ejercicio de la profesión.

Además:

1. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para la compañía;
2. Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido en las normas vigente;
3. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la compañía y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación;
4. Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes;
5. Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno;

6. Presentar los informes que requiera la Junta de Accionistas, el Gerente, el Asesor Tributario, y demás organismos de control en temas de su competencia;
7. Las demás que le asignen los Estatutos, reglamentos, normas establecidas por la Junta de Accionistas.

#### **RELACIONES**

**Reporta a:** Gerente General, Accionistas, Estado en materia impositiva y organismos de Control

**Supervisa a:** Auxiliar Contable

Secretaria

Auxiliar Administrativo

**NOMBRE DEL CARGO:** AUXILIAR ADMINISTRATIVO

**FINALIDAD DEL CARGO:**

Ejecutar actividades de apoyo administrativas con cierto grado de complejidad, responsabilidad y confiabilidad.

**FUNCIONES:**

1. Efectuar labores de limpieza y desinfección de los ambientes físicos e instalaciones del Estudio, incluyendo los servicios higiénicos;
2. Efectuar las acciones de eliminación de los desechos, resultado de su labor de limpieza;
3. Realizar otras funciones afines que le sean asignadas;

**RELACIONES:**

**Reporta:** Contador

**Supervisa:** No aplica

### **3. ESTUDIO DE MERCADO: PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS**

#### **3.1 DISEÑO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION**

##### **3.1.1 TIPO DE ESTUDIO:**

###### **3.1.1.1 EXPLORATORIO**

Esta investigación tiene por objeto ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables más importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas para trabajos posteriores y puntualice cuál de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa. En pocas palabras, la finalidad de los estudios exploratorios es ayudar a obtener, con relativa rapidez, ideas y conocimientos en una situación.

###### **3.1.1.2 CONCLUYENTE DESCRIPTIVO**

Los estudios descriptivos exigen que el investigador identifique de antemano las preguntas específicas que desea contestar, cómo las responderá y las implicaciones que posiblemente tengan para el gerente de mercadotecnia. Es preciso que se fije una finalidad bien definida. Es probable que la investigación descriptiva proporcione resultados que dan origen a otros trabajos de la misma índole

##### **3.1.2 METODOS DE RECOLECCION DE DATOS:**

###### **3.1.2.1 DATOS CUANTITATIVOS**

La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística

###### **3.1.2.2 DATOS CUALITATIVOS**

Es un proceso de conjetura y verificación, de corrección y modificación, de defender y/o refutar las hipótesis delineadas (interpretar/comprender )(Morse 1995).

### **3.1.3 ESTUDIO EXPLORATORIO: TECNICAS CUALITATIVAS**

#### **3.1.3.1 GRUPO FOCAL**

El grupo focal sujeto de estudio fue realizado con expertos en Legislación Tributaria y profesionales involucrados directamente en la captación de impuestos sea como agente de retención o percepción. La entrevista grupal fue abierta y estructurada en donde se discutió y elaboró desde la experiencia personal de cada uno las principales razones que influyen en una baja participación e interés en la población por conocer a profundidad sus obligaciones y derechos como contribuyente. Para ello se seleccionaron un numero de preguntas de lo mas general a lo específico de manera que los participantes se sientan a gusto y cómodos para responder. A continuación se detalla las preguntas a responder por los participantes:

### **3.2 CONSULTA A EXPERTOS**

- 1) ¿Los contribuyentes se interesan por la lectura y comprensión del Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno?
- 2) ¿Los contadores a pesar de estar facultados cuentan realmente con los conocimientos teóricos y prácticos para preparar y presentar una declaración de impuestos? Comenten sus Experiencias
- 3) De acuerdo a sus estadísticas: ¿Cual es la causa más común por la que se clausuran los locales?
- 4) La información contable tributaria que proporcionan los contribuyentes es ¿confiable?, ¿el proceso estará hecho a conciencia?
- 5) ¿La demanda de los cursos de actualización tributaria es masiva?
- 6) ¿Cree que el tema tributario debe ser más divulgado en la población?
- 7) ¿Cuáles son los principales tropiezos con los que se encuentra el contribuyente al intentar declarar sus impuestos?

#### **3.2.1 ESTUDIO CONCLUYENTE: TECNICAS CUANTITATIVAS**

Para la investigación de mercado de este proyecto se elaboró un cuestionario dirigido a cien encuetados de tal

manera que sus respuestas contribuyan al cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Detectar necesidades no satisfechas e insospechadas por los contribuyentes;
- Determinar las características específicas en el contenido del libro en base a las necesidades de información y el nivel de educación de los potenciales lectores;
- Determinar el sistema de venta y/o distribución más adecuado;

### 3.2.2 DISEÑO DEL CUESTIONARIO:

A continuación se desglosan las preguntas formuladas para el desarrollo de la encuesta:

- 1) ¿Con que frecuencia asiste a Cursos de Actualización Tributaria?  
Alguna vez  Nunca  Frecuemente
- 2) ¿Ha leído el Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno?  
Alguna vez  Nunca  Frecuentemente
- 3) ¿Qué le motiva a buscar información sobre como declarar sus impuestos?  
Necesidad  Obligación  Ninguna
- 4) ¿Conoce algún sitio Web con aplicación práctica para aprender a declarar sus impuestos? Cuál? \_\_\_\_\_  
SI  NO
- 5) ¿Sabía usted que los negocios con ingresos menores a US\$100.000 no necesita un Contador para realizar su declaración de Impuestos?  
SI  NO
- 6) ¿Está informado de las consecuencias por presentar declaraciones mal elaboradas?  
POCO  MUCHO  NADA

7) ¿Estaría dispuesto a tomar un curso de tributación junto con un manual que le acompañe en este aprendizaje?

Tal vez  SI  NO

Dirección:

Teléfono:

Contacto:

Email:

Nivel de Estudios

Primario  Secundario  Superior  Otros

### 3.2.3 MUESTREO

#### 3.3.1 PROBABILISTICO

Procedimiento por el cual se da a cada persona o elemento del universo una posibilidad igual de ser seleccionado en la muestra.

#### 3.3.2 NO PROBABILISTICO

Para estudios exploratorios, el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso y se acude a **métodos no probabilísticos**, aun siendo conscientes de que no sirven para realizar generalizaciones (estimaciones diferenciales sobre la población), pues no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En general se seleccionan a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando, en la medida de lo posible, que la muestra sea representativa.

### 3.3.3 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar la muestra de la población objetivo se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

$Z^2 = 1.96^2$  (considerando una probabilidad del 95%)

$p = 0.50$  (probabilidad de éxito)

$q = 0.50$  (probabilidad de fracaso;  $p+q=1$ )

$e = 9,8\%$  (margen de error: 0.098)

Por lo tanto, utilizando esos datos, la fórmula quedaría de la siguiente manera:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0.098^2}$$

$n = \boxed{100}$  Total de personas por encuestar

#### 3.3.4 AREA GEOGRAFICA DEL ESTUDIO Y TIEMPO

El estudio de mercado para este proyecto fue realizado en un 45% en el sector comercial sur de Guayaquil mientras que el 55% se realizó en el sector comercial norte de la ciudad de Guayaquil. La encuesta fue realizada durante tres días consecutivos durante las tres primeras horas de la mañana y cuatro horas de la tarde, es decir en la medida de lo posible se procuró que el encuestado tenga tiempo y predisposición para responder a las preguntas, profundizar un poco sobre sus necesidades y frustraciones como microempresario, de manera que la información que se recoja sea lo más cercana a la realidad individual.

### **3.4 PRESENTACION DE RESULTADOS CUALITATIVOS**

#### **3.4.1 FOCUS GROUP**

##### **3.4.1.2 CONSULTA A EXPERTOS**

- 8) ¿Los contribuyentes se interesan por la lectura y comprensión del Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno?

En la Costa Ecuatoriana a pesar de que no existe la cultura tributaria los contribuyentes son informados de los cambios realizados en el Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. Sin embargo demuestran poco o nada de interés en el tema.

- 9) ¿Los contadores a pesar de estar facultados cuentan realmente con los conocimientos teóricos y prácticos para preparar y presentar una declaración de impuestos? Comenten sus Experiencias

Las declaraciones de IVA e Impuesto a la Renta, Retenciones a la Fuentes que son masivas demuestran que el tema tributario en la mayoría de los casos no es dominado ni por los propios contadores, o tal vez su trabajo no lo hacen realmente a conciencia.

- 10) De acuerdo a sus estadísticas: ¿Cual es la causa más común por la que se clausuran los locales?

La información que solicitan los fedatarios es muy básica, el objetivo es determinar si como contribuyente están cumpliendo con sus obligaciones más elementales tales como: Llevar Contabilidad, Entregar comprobantes de ventas, Presentar sus declaraciones al día.

- 11) La información contable tributaria que proporcionan los contribuyentes es ¿confiable?, ¿el proceso estará hecho a conciencia?

No se llevan estadísticas pero las declaraciones que presentan los contribuyentes en la mayoría de los casos se detectan errores de cálculos en las multas, intereses, anticipo de impuesto a la Renta, incorrecta aplicación del factor de proporcionalidad para el cálculo del crédito tributario, y en el peor de los casos los anexos de compras de retenciones por compras y otros conceptos casi el 65% de lo que se escoge como muestra para llevar el control no coinciden con las retenciones a la fuente presentadas por los contribuyentes.

- 12) ¿La demanda de los cursos de actualización tributaria es masiva?



En sus inicios los cursos de actualización tributaria tuvieron gran acogida en el mercado laboral pero con el tiempo ha ido decayendo.

13) ¿Cree que el tema tributario debe ser más divulgado en la población?

Los contribuyentes son informados a través de volantes informativos sobre los cambios de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, pero se ha detectado que en la mayoría de los casos se comienzan a aplicar tres, cuatro y hasta cinco meses después de la publicación del Registro Oficial.

14) ¿Cuáles son los principales tropiezos con los que se encuentra el contribuyente al intentar declarar sus impuestos?

El Servicio de Rentas Internas implemento un Software para practicidad de los contribuyentes en el proceso de declaración de sus impuestos. Sin embargo el aprendizaje por parte de los usuarios es lento y aunque de forma progresiva la base de usuarios va en aumento aun existe un alto porcentaje de contribuyentes que continua efectuando sus declaraciones a través de un formulario que es adquirido en cualquier librería.

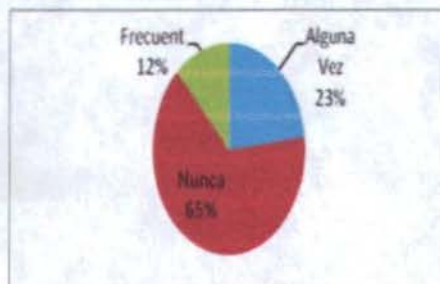
### 3.4.1.3PRESENTACION DE RESULTADOS

#### CUANTITATIVOS

#### ENCUESTA

1) ¿Con que frecuencia asiste a Cursos de Actualización Tributaria?

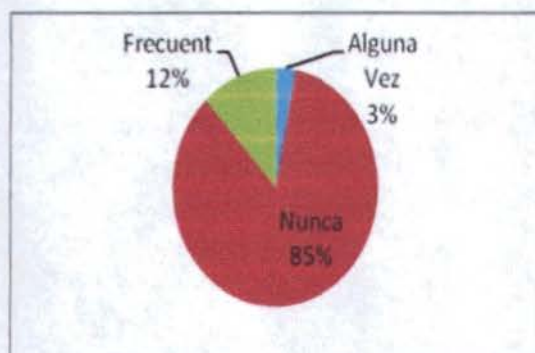
ITEM	FREC	% FREC
Alguna Vez	23	23%
Nunca	65	65%
Frecuentemente	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



El 65% de la muestra encuestada jamás ha asistido a cursos de actualización tributaria, el 23% alguna vez lo hizo, mientras que el 12% asiste frecuentemente a cursos de actualización tributaria.

2) **¿Ha leído el Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI)?**

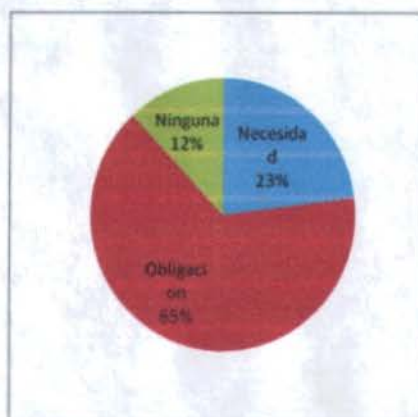
ITEM	FREC	% FREC
Alguna Vez	3	3
Nunca	85	85
Frecuentemente	12	12
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



El 3% de la muestra encuestada alguna vez ha leído la LRTI, mientras que el 85% nunca la ha leído y el 12% frecuentemente lee la LRTI.

3) **¿Qué le motiva a buscar información sobre cómo declarar sus impuestos?**

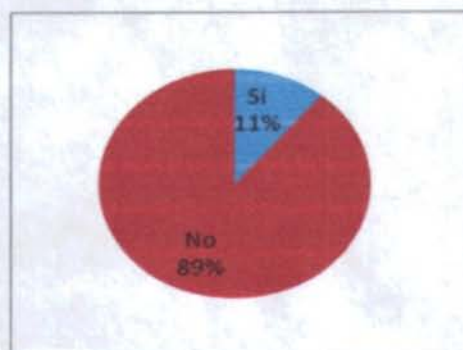
ITEM	FREC
Ninguna	23
Necesidad	65
Obligación	12
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>



El 23% de la muestra indica no tener ninguna motivación para declarar correctamente sus impuestos, el 65% lo hace por necesidad, mientras que el 12% busca información sobre como declarar sus impuestos por obligación.

**4) ¿Conoce algún sitio web con aplicación didáctica para aprender a declarar sus impuestos?**

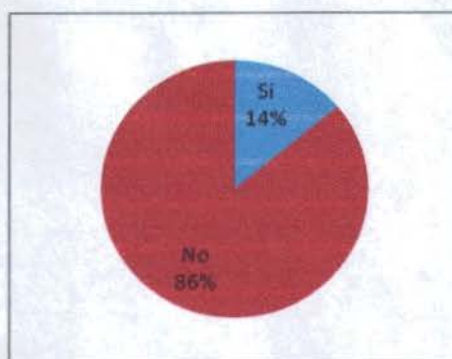
ITEM	FREC	% FREC
Si	11	11%
No	89	89%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



El 11% conoce páginas web pero aplica para normativa de otros países, mientras que el 89% afirma que no existen páginas web con este tipo de servicios.

5. **¿Sabía usted que los negocios con ingresos menores a US\$100.000 no necesitan un Contador para realizar su declaración de impuestos?**

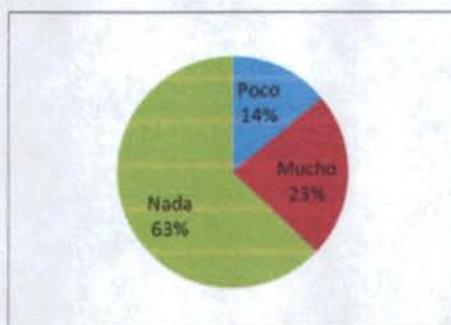
ITEM	FREC	% FREC
Si	14	14%
No	86	86%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



El 14% conoce esta información, mientras que el 86% desconocía esta información y tenían al contador creyendo que estaban obligados.

6. **¿Está informado de las consecuencias por presentar declaraciones mal elaboradas?**

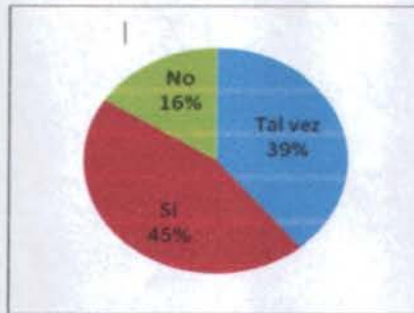
ITEM	FREC	% FREC
Poco	14	14%
Mucho	23	23%
Nada	63	63%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



El 14% poco sabe de las consecuencias de presentar declaraciones mal elaboradas, el 23% está al tanto de sus implicaciones legales, sin embargo existe un 63% que afirma desconocer las implicaciones legales y económicas de presentar declaraciones mal elaboradas

**7. Estaría dispuesto a tomar un curso de tributación junto con un manual que le acompañe en este aprendizaje?**

ITEM	FREC	% FREC
Talvez	39	39%
Si	45	45%
No	16	16%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



El 39% tal vez adquiriría un libro su respuesta depende de algunos factores, el 45% afirmo que lo compraría y un 16% no le interesaría comprar un libro de esa naturaleza.

## CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Falta de responsabilidad y Ética de algunos contadores

En muchos casos se detecta errores en el cálculo de interés por mora y multas en las declaraciones.

Los contribuyentes no tienen como fiscalizar el trabajo de sus contadores por lo que no les queda nada más que confiar en la calidad de trabajo que realizan.

El trabajo que realizan los contadores en muchos de los casos no se sustenta en la normativa lo que conlleva a posibles perjuicios económicos para los contribuyentes o en el peor de los casos a implicaciones de orden legal.

La normativa como tal no es de aplicación práctica para los contribuyentes dada la complejidad de los términos jurídicos.

A pesar de que el Servicio de Rentas Internas se ha encargado de difundir los cambios en la normativa los contribuyentes demoran mucho tiempo en procesar la información.

#### **4. PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS**

##### **4.1.1 ANALISIS ESTRATEGICO**

###### **4.1.1.1 ESTRUCTURA DE LA CULTURA CORPORATIVA**

###### **4.1.1.2 MISION**

Concientizar a la población en las buenas prácticas tributarias a través de una eficiente preparación técnica y ética de los principales actores en el proceso de recaudación de impuestos, orientado al cumplimiento integral de las normas establecidas en la Ley de Régimen Tributario Interno.

###### **4.1.1.3 VISION**

Ser reconocida en el 2015 como la principal firma en asesoría tributaria integral de las PYMES en la ciudad de Guayaquil. Con un sistema educativo amplio, articulado y diversificado adaptado a los requerimientos de cada contribuyente.

###### **4.1.1.4 PRINCIPIOS Y VALORES**

Nuestra empresa se distinguirá por la pronta respuesta y solución a los problemas de orden tributario de los contribuyentes. Así mismo el personal será seleccionado según sus capacidades técnicas y sistema de valores. En consecuencia nos caracterizara la honestidad, respeto, lealtad y discrecionalidad en los trabajos que se realicen.

#### **4.2 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE:**

##### **4.2.1 MARKETING**

Cubrir el 85% de mercado en el pre lanzamiento del libro

Lograr una satisfacción del 95% en la aplicación práctica del libro.

Crear la necesidad de consumo y mantenerla vigente por un mínimo de 10 años.

Desarrollar canales de distribución estratégicamente establecidos para la venta de los libros.

#### **4.2.1.2 POSICIONAMIENTO**

Lograr una confianza del 100% en el producto que vendemos.

Resolver el 100% los problemas de orden tributario de nuestros clientes.

Mantener actualizado a los contribuyentes sobre los cambios en la normativa.

Programar cursos de actualización tributaria según las necesidades individuales.

#### **4.3. ANALISIS DEL CLIENTE:**

¿QUÉ COMPRA? La gente compra bienes y servicios no precisamente por necesidad

¿CÓMO COMPRA? Hoy por hoy un gran porcentaje de los consumos son pagados con tarjetas de crédito.

¿POR QUÉ COMPRA? En el 90% de los casos la gente compra por inducción, mientras que en un 10% lo hace por necesidad del producto o servicio como tal.

¿CUÁNDO COMPRA? ¿CUÁNTO COMPRA CADA VEZ MAS? La gente realice sus compras o visita malles generalmente los fines de semana, independientemente del día en que cae quincena, aunque depende del servicio o producto que utilicen y de su porcentaje de dependencia de este. Por ejemplo los altos ejecutivos utilizan las cafeterías a diario y en muchos casos más de dos veces al día.

¿DÓNDE COMPRA? Hoy por hoy las ventas se han concentrado en los malles.

¿QUIÉN COMPRA? Depende del producto o servicio que requieran. Las amas de casa casi en un 90% son las que realizan las compras en los supermercados, lo estudiantes universitarios buscan los textos que necesitan, los músicos buscan sus implementos y así sucesivamente.



#### **4.4 SEGMENTACION DE MERCADO Y PERFIL DEL CONSUMIDOR**

##### **4.4.1 POSICIONAMIENTO**

##### **4.4.1.1 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y/O DIFERENCIACIÓN**

Un punto fundamental para el aprendizaje es la enseñanza personalizada, adecuada al perfil de cada negocio o actividad profesional o técnica. La instrucción requerirá un fuerte componente de personalización, especialmente en la etapa inicial, y para ello es necesario disponer de una oferta muy amplia de actividades, que nos permita atender cómodamente a la diversidad. El proceso de familiarización se lo realizara durante los primeros dos meses en donde se le enseñara a preparar su propia liquidación de impuestos.

El lanzamiento del libro será en un lugar de congregación masiva de todas las universidades de la ciudad de Guayaquil. Para diferenciarnos de la competencia se programaran fechas y horarios para que el lector se familiarice con el uso del libro de tributación.

#### **4.5 MARKETING MIX**

##### **4.5.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO**

##### **4.5.1.1 PRESENTACION**

Se planea que el libro sea de 8cm de ancho por 10cm de largo, pasta gruesa, con un número aproximado de 30 páginas.

##### **4.5.1.2 CARACTERISTICAS Y PRODUCTOS**

La metodología será flexible y facilitadora. Las actividades serán variadas, abundantes, y bien secuenciadas de acuerdo a su dificultad y con una intencionalidad didáctica explícita, siempre bien conectadas con los contenidos que el contribuyente debe aprender. Es importante todo aquello que conecte lo que se estudia con lo que se vive. Todo deberá ser valorado: propuestas para la evaluación inicial, actividades de refuerzo y de ampliación, propuestas de evaluación, una guía de sugerencias para explotar los contenidos del libro con más eficacia y por supuesto, el solucionario de las actividades del libro,

para dejarnos tiempo libre para lo esencial: atender al cliente-alumno-contribuyente.

#### **4.5.1.3 ESTRATEGIAS DE BRANDING**

El slogan será *.....Soluciones Personalizadas.. para sus problemas Tributarios.....*

#### **4.5.1.4 ESTRATEGIA DE PRECIO**

La estrategia de precio que se utilizara será basado en un análisis de COSTO + UTILIDAD para luego comparar con el precio de la competencia, paralelamente y a partir de ese resultado se fijara un precio inicial relativamente bajo con lo que se busca los siguientes objetivos:

Conseguir una penetración rápida en el mercado masivo

Generar un volumen substancial de ventas

Lograr una participación en el mercado meta

#### **4.5.1.5 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION Y COMUNICACION**

Estamos en la era de la información y constantemente estamos invadidos de ella a través de TV, prensa, banners y ya no confiamos en la sobrecarga informativa pero si en la recomendación personal de amigos, familiares. Está comprobado que la publicidad boca a boca tiene un efecto multiplicador en las ventas dado el auge de emprendedores que existen en el mercado. Consecuentemente este tipo de mercadeo, será impulsado por las ventas directas es decir puerta a puerta.

Se ideará un plan de compensación para aquellos contribuyentes que usen y recomienden nuestro libro a través de facebook, correos, teléfono, incluso tomando un café. Otra vía de comercialización y/o distribución será firmar convenios con las universidades de Guayaquil a fin de que el libro sea usado en las materias que están relacionadas con la Legislación Tributaria del Ecuador.

### INFORMACION GENERAL COMPLEMENTARIA

Rubros	Costos
Equipo de Computación	\$ 5.150,00
Muebles y Enseres	\$ 9.775,00
Utiles de Oficina	\$ 800,00
Otros Activos	\$ 660,00
Gastos Administrativos y de Constitución	\$ 1.200,00
Gastos de Investigación y Desarrollo	\$ 7.500,00

### INVERSION INICIAL

COMPONENTE	AÑO 0	
<b>Activos</b>		
<b>Activos Circulantes</b>		
Caja - Bancos	\$ 7.000,00	
<b>Total Activos Circulantes</b>	<b>\$ 7.000,00</b>	21,95%
<b>Activos Fijos</b>		
Equipo de Computación	\$ 5.150,00	
Muebles y Enseres	\$ 9.775,00	
Utiles de Oficina	\$ 800,00	
Otros Activos	\$ 660,00	
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 16.385,00</b>	51,39%
<b>Activos Diferidos</b>		
Gastos Administrativos y de Constitución	\$ 1.000,00	26,66%
Gastos de Investigación y Desarrollo	\$ 7.500,00	
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 31.885,00</b>	1

### INFORMACION ADICIONAL

Amort Gtos de Const e Inv y Desarrollo 5 años	\$ 1.700,00
Gtos de Depreciacion de Muebles	\$ 977,50
Gtos de Depreciación de Equipo de Computo	\$ 1.716,67

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Impresión de Textos	\$ 95.000,00	\$ 95.950,00	\$ 97.869,00	\$ 100.805,07	\$ 104.837,27
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 95.000,00</b>	<b>\$ 95.950,00</b>	<b>\$ 97.869,00</b>	<b>\$ 100.805,07</b>	<b>\$ 104.837,27</b>

DETALLE	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Gastos de Impresión de Textos	\$ 109.030,76	\$ 114.482,30	\$ 121.351,24	\$ 129.845,83	\$ 140.233,49
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 109.030,76</b>	<b>\$ 114.482,30</b>	<b>\$ 121.351,24</b>	<b>\$ 129.845,83</b>	<b>\$ 140.233,49</b>

INFORMACION ADICIONAL	
Gasto de Impresión por Texto	12,50
Necesidad Operativa de Fondo (NOF)	7.000,00

## GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 1

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.520,00	500,00	0,00	0,00	5.320,00	497,42	593,18	443,33	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.520,00	500,00	0,00	0,00	5.320,00	497,42	593,18	443,33	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.520,00	500,00	0,00	0,00	5.320,00	497,42	593,18	443,33	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.520,00	500,00	0,00	0,00	5.320,00	497,42	593,18	443,33	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>6.080,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>44.140,00</b>	<b>4.127,09</b>	<b>4.921,61</b>	<b>3.678,33</b>	<b>1.920,00</b>	54.659,94

Comisión 0,8

40.012,91

5.598,33

Política de Comisiones

Se paga 1,20 por cada libro vendido

Venta mínima de venta 7 libros diarios

## GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 2

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.535,20	500,00	0,00	0,00	5.335,20	498,84	594,87	444,60	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.535,20	500,00	0,00	0,00	5.335,20	498,84	594,87	444,60	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.535,20	500,00	0,00	0,00	5.335,20	498,84	594,87	444,60	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.535,20	500,00	0,00	0,00	5.335,20	498,84	594,87	444,60	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>6.140,80</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>44.200,80</b>	<b>4.132,77</b>	<b>4.928,39</b>	<b>3.683,40</b>	<b>1.920,00</b>	<b>54.732,59</b>

40.068,03

5.603,40

Comisión en Venta

0,8

### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 3

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.565,90	500,00	0,00	0,00	5.365,90	501,71	598,30	447,16	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.565,90	500,00	0,00	0,00	5.365,90	501,71	598,30	447,16	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.565,90	500,00	0,00	0,00	5.365,90	501,71	598,30	447,16	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.565,90	500,00	0,00	0,00	5.365,90	501,71	598,30	447,16	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>6.263,62</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>44.323,62</b>	<b>4.144,26</b>	<b>4.942,08</b>	<b>3.693,63</b>	<b>1.920,00</b>	<b>54.879,33</b>
							40.179,36			5.613,63		
Comisión		0,8										

### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 4

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.612,88	500,00	0,00	0,00	5.412,88	506,10	603,54	451,07	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.612,88	500,00	0,00	0,00	5.412,88	506,10	603,54	451,07	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.612,88	500,00	0,00	0,00	5.412,88	506,10	603,54	451,07	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.612,88	500,00	0,00	0,00	5.412,88	506,10	603,54	451,07	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>6.451,52</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>44.511,52</b>	<b>4.161,83</b>	<b>4.963,03</b>	<b>3.709,29</b>	<b>1.920,00</b>	<b>55.103,85</b>
							40.349,70					5.629,29
Comisión		0,8										



### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 5

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.677,40	500,00	0,00	0,00	5.477,40	512,14	610,73	456,45	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.677,40	500,00	0,00	0,00	5.477,40	512,14	610,73	456,45	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.677,40	500,00	0,00	0,00	5.477,40	512,14	610,73	456,45	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.677,40	500,00	0,00	0,00	5.477,40	512,14	610,73	456,45	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>6.709,59</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>44.769,59</b>	<b>4.185,96</b>	<b>4.991,81</b>	<b>3.730,80</b>	<b>1.920,00</b>	<b>55.412,19</b>

Comisión

0,8

40.583,63

5.650,80

### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 6

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.744,49	500,00	0,00	0,00	5.544,49	518,41	618,21	462,04	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.744,49	500,00	0,00	0,00	5.544,49	518,41	618,21	462,04	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.744,49	500,00	0,00	0,00	5.544,49	518,41	618,21	462,04	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.744,49	500,00	0,00	0,00	5.544,49	518,41	618,21	462,04	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>6.977,97</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>45.037,97</b>	<b>4.211,05</b>	<b>5.021,73</b>	<b>3.753,16</b>	<b>1.920,00</b>	<b>55.732,87</b>
Comisión		0,8					40.826,92			5.673,16		

### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 7

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.831,72	500,00	0,00	0,00	5.631,72	526,57	627,94	469,31	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.831,72	500,00	0,00	0,00	5.631,72	526,57	627,94	469,31	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.831,72	500,00	0,00	0,00	5.631,72	526,57	627,94	469,31	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.831,72	500,00	0,00	0,00	5.631,72	526,57	627,94	469,31	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>7.326,87</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>45.386,87</b>	<b>4.243,67</b>	<b>5.060,64</b>	<b>3.782,24</b>	<b>1.920,00</b>	<b>56.149,74</b>
Comisión		0,8					41.143,20			5.702,24		

### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 8

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	1.941,62	500,00	0,00	0,00	5.741,62	536,84	640,19	478,47	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	1.941,62	500,00	0,00	0,00	5.741,62	536,84	640,19	478,47	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	1.941,62	500,00	0,00	0,00	5.741,62	536,84	640,19	478,47	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	1.941,62	500,00	0,00	0,00	5.741,62	536,84	640,19	478,47	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>7.766,48</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>45.826,48</b>	<b>4.284,78</b>	<b>5.109,65</b>	<b>3.818,87</b>	<b>1.920,00</b>	<b>56.675,01</b>
Comisión		0,8					41.541,70			5.738,87		

### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 9

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	0,00	0,00	8.400,00	785,40	936,60	700,00	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	0,00	0,00	7.200,00	673,20	802,80	600,00	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	0,00	0,00	4.140,00	387,09	461,61	345,00	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	0,00	0,00	3.120,00	291,72	347,88	260,00	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	2.077,53	500,00	0,00	0,00	5.877,53	549,55	655,34	489,79	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	2.077,53	500,00	0,00	0,00	5.877,53	549,55	655,34	489,79	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	2.077,53	500,00	0,00	0,00	5.877,53	549,55	655,34	489,79	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	2.077,53	500,00	0,00	0,00	5.877,53	549,55	655,34	489,79	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>8.310,13</b>	<b>2.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>46.370,13</b>	<b>4.335,61</b>	<b>5.170,27</b>	<b>3.864,18</b>	<b>1.920,00</b>	<b>57.324,58</b>
Comision		0,8					42.034,53			5.784,18		

### GASTO DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

AÑO 10

#	NOMINA	SUELDO	COMISIONES	TRANSPORTE	COMISARIATO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	
1	Gerente General/Contador	8.400,00		0,00	40,00	0,00	8.440,00	789,14	941,06	703,33	240,00	
2	Asesor Tributario	7.200,00		0,00	40,00	0,00	7.240,00	676,94	807,26	603,33	240,00	
3	Auxiliar Contable/Secretaria	4.140,00		0,00	40,00	0,00	4.180,00	390,83	466,07	348,33	240,00	
4	Auxiliar administrativo	3.120,00		0,00	40,00	0,00	3.160,00	295,46	352,34	263,33	240,00	
5	Vendedor #1	3.300,00	2.243,74	500,00	40,00	0,00	6.083,74	568,83	678,34	506,98	240,00	
6	Vendedor #2	3.300,00	2.243,74	500,00	40,00	0,00	6.083,74	568,83	678,34	506,98	240,00	
7	Vendedor #3	3.300,00	2.243,74	500,00	40,00	0,00	6.083,74	568,83	678,34	506,98	240,00	
8	Vendedor #4	3.300,00	2.243,74	500,00	40,00	0,00	6.083,74	568,83	678,34	506,98	240,00	
<b>TOTAL</b>		<b>36.060,00</b>	<b>8.974,94</b>	<b>2.000,00</b>	<b>320,00</b>	<b>0,00</b>	<b>47.354,94</b>	<b>4.427,69</b>	<b>5.280,08</b>	<b>3.946,25</b>	<b>1.920,00</b>	<b>58.501,27</b>

Comisión

0,8

42.927,26

5.866,25

**PROYECCION DE VENTAS ANUALES**

**TAXEPRICE S.A.**

**VALORES EN CANTIDADES**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Vendedor 1	1.900	1.919	1.957	2.016	2.097	2.181	2.290	2.427	2.597	2.805
Vendedor 2	1.900	1.919	1.957	2.016	2.097	2.181	2.290	2.427	2.597	2.805
Vendedor 3	1.900	1.919	1.957	2.016	2.097	2.181	2.290	2.427	2.597	2.805
Vendedor 4	1.900	1.919	1.957	2.016	2.097	2.181	2.290	2.427	2.597	2.805
<b>TOTALES EN CANTIDADES</b>	<b>7.600</b>	<b>7.676</b>	<b>7.830</b>	<b>8.064</b>	<b>8.387</b>	<b>8.722</b>	<b>9.159</b>	<b>9.708</b>	<b>10.388</b>	<b>11.219</b>
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Gastos de Alquiler	\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$ 26.353,80	\$ 28.989,18	\$ 31.888,10	\$ 35.076,91	\$ 38.584,60	\$ 42.443,06
Otros Gastos	\$ 13.200,00	\$ 14.124,00	\$ 15.112,68	\$ 16.170,57	\$ 17.302,51	\$ 18.513,68	\$ 19.809,64	\$ 21.196,32	\$ 22.680,06	\$ 24.267,66
	<b>\$ 31.200,00</b>	<b>\$ 33.924,00</b>	<b>\$ 36.892,68</b>	<b>\$ 40.128,57</b>	<b>\$ 43.656,31</b>	<b>\$ 47.502,86</b>	<b>\$ 51.697,74</b>	<b>\$ 56.273,22</b>	<b>\$ 61.264,66</b>	<b>\$ 66.710,72</b>

**INFORMACION ADICIONAL**

Gasto de Impresión por Texto AÑOS 2,3 Y 4	\$ 13,00	Incremento en ventas de 1% año 2
Gasto de Impresión por Texto AÑOS 5,6,Y 7	\$ 14,00	Incremento en ventas de 2% año 3
Gasto de Impresión por Texto AÑOS 8, 9 y 10	\$ 15,00	Incremento en ventas de 3% año 4
Incremento anual Gasto Alquiler	10%	Incremento en ventas de 4% año 5 y 6
Incremento anual Otros Gastos	7%	Incremento en ventas de 5% año 7
		Incremento en ventas de 6% año 8
		Incremento en ventas de 7% año 9
		Incremento en ventas de 8% año 10
		Incremento en ventas anual acumulado 36%



**TAXEPRICE S.A.**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Ingresos x Vta. Libros	\$ 212.800,00	\$ 214.928,00	\$ 219.226,56	\$ 225.803,36	\$ 234.835,49	\$ 244.228,91	\$ 256.440,36	\$ 271.826,78	\$ 290.854,65	\$ 314.123,02
Costo de Ventas	\$ 95.000,00	\$ 95.950,00	\$ 97.869,00	\$ 100.805,07	\$ 104.837,27	\$ 109.030,76	\$ 114.482,30	\$ 121.351,24	\$ 129.845,83	\$ 140.233,49
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 117.800,00	\$ 118.978,00	\$ 121.357,56	\$ 124.998,29	\$ 129.998,22	\$ 135.198,15	\$ 141.958,05	\$ 150.475,54	\$ 161.008,83	\$ 173.889,53
<b>menos Gastos</b>										
<b>Administrativos</b>										
Sueldos Administrativos y Ventas	\$ 54.659,94	\$ 54.732,59	\$ 54.879,33	\$ 55.103,85	\$ 55.412,19	\$ 55.732,87	\$ 56.149,74	\$ 56.675,01	\$ 57.324,58	\$ 58.501,27
Gastos Alquiler Oficina	\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$ 26.353,80	\$ 28.989,18	\$ 31.888,10	\$ 35.076,91	\$ 38.584,60	\$ 42.443,06
Gasto de Interés	\$ 3.632,50	\$ 2.994,66	\$ 2.274,23	\$ 1.460,49	\$ 541,37	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Amortizaciones Gastos	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos de Depreciación Muebles	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50	\$ 977,50
Gastos de Deprec de E. Computo	\$ 1.716,67	\$ 1.716,67	\$ 1.716,67	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otros Gastos	\$ 13.200,00	\$ 14.124,00	\$ 15.112,68	\$ 16.170,57	\$ 17.302,51	\$ 18.513,68	\$ 19.809,64	\$ 21.196,32	\$ 22.680,06	\$ 24.267,66
Gastos de Publicidad	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Utilidad antes de PT	\$ 18.913,39	\$ 17.932,58	\$ 17.917,15	\$ 20.627,88	\$ 22.710,85	\$ 25.984,92	\$ 28.133,07	\$ 31.549,81	\$ 36.442,09	\$ 42.700,05
15% Participación Trabajadores	\$ 2.837,01	\$ 2.689,89	\$ 2.687,57	\$ 3.094,18	\$ 3.406,63	\$ 3.897,74	\$ 4.219,96	\$ 4.732,47	\$ 5.466,31	\$ 6.405,01
25% Impuesto Renta	\$ 4.019,10	\$ 3.810,67	\$ 3.807,40	\$ 4.383,42	\$ 4.826,06	\$ 5.521,80	\$ 5.978,28	\$ 6.704,33	\$ 7.743,94	\$ 9.073,76
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>\$ 12.057,29</b>	<b>\$ 11.432,02</b>	<b>\$ 11.422,19</b>	<b>\$ 13.150,27</b>	<b>\$ 14.478,17</b>	<b>\$ 16.565,39</b>	<b>\$ 17.934,83</b>	<b>\$ 20.113,00</b>	<b>\$ 23.231,83</b>	<b>\$ 27.221,28</b>

Préstamo bancario por el valor de US\$ 31885 a una tasa de 13% efectiva anual, pagadero en 60 cuotas mensuales iguales

1,02% Efectiva Mensual  
 713,14 Cuota Mensual  
 13% Efectiva Anual  
 60 meses Préstamo

**TABLA DE AMORTIZACION**

# CUOTAS	CUOTA	INTERES	ABONO	SALDO
				\$ 31.885,00
1	\$ 713,14	\$ 325,23	\$ 387,91	\$ 31.497,09
2	\$ 713,14	\$ 321,27	\$ 391,87	\$ 31.105,22
3	\$ 713,14	\$ 317,27	\$ 395,86	\$ 30.709,36
4	\$ 713,14	\$ 313,24	\$ 399,90	\$ 30.309,46
5	\$ 713,14	\$ 309,16	\$ 403,98	\$ 29.905,48
6	\$ 713,14	\$ 305,04	\$ 408,10	\$ 29.497,37
7	\$ 713,14	\$ 300,87	\$ 412,26	\$ 29.085,11
8	\$ 713,14	\$ 296,67	\$ 416,47	\$ 28.668,64
9	\$ 713,14	\$ 292,42	\$ 420,72	\$ 28.247,92
10	\$ 713,14	\$ 288,13	\$ 425,01	\$ 27.822,92
11	\$ 713,14	\$ 283,79	\$ 429,34	\$ 27.393,57

12	\$ 713,14	\$ 279,41	\$ 433,72	\$ 26.959,85
13	\$ 713,14	\$ 274,99	\$ 438,15	\$ 26.521,70
14	\$ 713,14	\$ 270,52	\$ 442,62	\$ 26.079,09
15	\$ 713,14	\$ 266,01	\$ 447,13	\$ 25.631,96
16	\$ 713,14	\$ 261,45	\$ 451,69	\$ 25.180,26
17	\$ 713,14	\$ 256,84	\$ 456,30	\$ 24.723,97
18	\$ 713,14	\$ 252,18	\$ 460,95	\$ 24.263,01
19	\$ 713,14	\$ 247,48	\$ 465,65	\$ 23.797,36
20	\$ 713,14	\$ 242,73	\$ 470,40	\$ 23.326,95
21	\$ 713,14	\$ 237,93	\$ 475,20	\$ 22.851,75
22	\$ 713,14	\$ 233,09	\$ 480,05	\$ 22.371,70
23	\$ 713,14	\$ 228,19	\$ 484,95	\$ 21.886,76
24	\$ 713,14	\$ 223,24	\$ 489,89	\$ 21.396,86
25	\$ 713,14	\$ 218,25	\$ 494,89	\$ 20.901,98
26	\$ 713,14	\$ 213,20	\$ 499,94	\$ 20.402,04
27	\$ 713,14	\$ 208,10	\$ 505,04	\$ 19.897,00
28	\$ 713,14	\$ 202,95	\$ 510,19	\$ 19.386,81
29	\$ 713,14	\$ 197,75	\$ 515,39	\$ 18.871,42
30	\$ 713,14	\$ 192,49	\$ 520,65	\$ 18.350,77
31	\$ 713,14	\$ 187,18	\$ 525,96	\$ 17.824,81
32	\$ 713,14	\$ 181,81	\$ 531,32	\$ 17.293,49

**TABLA DE AMORTIZACION**

# CUOTAS	CUOTA	INTERES	ABONO	SALDO
33	\$ 713,14	\$ 176,39	\$ 536,74	\$ 16.756,75
34	\$ 713,14	\$ 170,92	\$ 542,22	\$ 16.214,53
35	\$ 713,14	\$ 165,39	\$ 547,75	\$ 15.666,78
36	\$ 713,14	\$ 159,80	\$ 553,34	\$ 15.113,44
37	\$ 713,14	\$ 154,16	\$ 558,98	\$ 14.554,46
38	\$ 713,14	\$ 148,46	\$ 564,68	\$ 13.989,78
39	\$ 713,14	\$ 142,70	\$ 570,44	\$ 13.419,34
40	\$ 713,14	\$ 136,88	\$ 576,26	\$ 12.843,08
41	\$ 713,14	\$ 131,00	\$ 582,14	\$ 12.260,94
42	\$ 713,14	\$ 125,06	\$ 588,08	\$ 11.672,87
43	\$ 713,14	\$ 119,06	\$ 594,07	\$ 11.078,79
44	\$ 713,14	\$ 113,00	\$ 600,13	\$ 10.478,66
45	\$ 713,14	\$ 106,88	\$ 606,25	\$ 9.872,40
46	\$ 713,14	\$ 100,70	\$ 612,44	\$ 9.259,96
47	\$ 713,14	\$ 94,45	\$ 618,69	\$ 8.641,28
48	\$ 713,14	\$ 88,14	\$ 625,00	\$ 8.016,28
49	\$ 713,14	\$ 81,77	\$ 631,37	\$ 7.384,91
50	\$ 713,14	\$ 75,33	\$ 637,81	\$ 6.747,10
51	\$ 713,14	\$ 68,82	\$ 644,32	\$ 6.102,78
52	\$ 713,14	\$ 62,25	\$ 650,89	\$ 5.451,89
53	\$ 713,14	\$ 55,61	\$ 657,53	\$ 4.794,37
54	\$ 713,14	\$ 48,90	\$ 664,23	\$ 4.130,13
55	\$ 713,14	\$ 42,13	\$ 671,01	\$ 3.459,12

56	\$ 713,14	\$ 35,28	\$ 677,85	\$ 2.781,27
57	\$ 713,14	\$ 28,37	\$ 684,77	\$ 2.096,50
58	\$ 713,14	\$ 21,38	\$ 691,75	\$ 1.404,75
59	\$ 713,14	\$ 14,33	\$ 698,81	\$ 705,94
60	\$ 713,14	\$ 7,20	\$ 705,94	\$ 0,00
<b>PAGO TOTAL</b>		<b>\$ 10.903,24</b>	<b>\$ 31.885,00</b>	<b>\$ 42.788,24</b>

**TAXEPRICE S.A.**  
**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**  
**PERIODO CERO**

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>		
<b>Activos Circulantes</b>		<b>Pasivo L/P</b>		
Caja - Bancos	\$ 7.800,00	Documentos Por Pagar	\$ 31.885,00	97,55%
<b>Total Activos Circulantes</b>	<b>\$ 7.800,00</b>	<b>Total Pasivo L/P</b>		
<b>Activos Fijos</b>		<b>Capital</b>		
Equipo de Computación	\$ 5.150,00	Capital Social	\$ 800,00	2,45%
Muebles y Enseres	\$ 9.775,00			
Útiles de Oficina	\$ 800,00			
Otros Activos	\$ 660,00			
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 16.385,00</b>			
<b>Activos Diferidos</b>				
Gastos Administrativos y de Constitución	\$ 1.000,00			
Gastos de Investigación y Desarrollo	\$ 7.500,00			
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 8.500,00</b>			
<b>Total Activos</b>	<b><u>\$ 32.685,00</u></b>	<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b><u>\$ 32.685,00</u></b>	<b>100,00%</b>

**VALORES ACUMULDOS POR PAGAR**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>PASIVOS</b>										
Beneficios Sociales x Pagar	5.598,33	5.603,40	5.613,63	5.629,29	5.650,80	5.673,16	5.702,24	5.738,87	5.784,18	5.866,25
Particip Trabajadores x Pagar	2.837,01	2.689,89	2.687,57	3.094,18	3.406,63	3.897,74	4.219,96	4.732,47	5.466,31	6.405,01
Imp. Renta x Pagar	4.019,10	3.810,67	3.807,40	4.383,42	4.826,06	5.521,80	5.978,28	6.704,33	7.743,94	9.073,76
<b>Total Pasivos</b>	<b>12.454,44</b>	<b>12.103,96</b>	<b>12.108,60</b>	<b>13.106,90</b>	<b>13.883,48</b>	<b>15.092,70</b>	<b>15.900,48</b>	<b>17.175,68</b>	<b>18.994,43</b>	<b>21.345,01</b>
<b>PATRIMONIO</b>										
Utilidades Retenidas	12.057,29	11.432,02	11.422,19	13.150,27	14.478,17	16.565,39	17.934,83	20.113,00	23.231,83	27.221,28
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>9.366,30</b>	<b>7.887,20</b>	<b>6.919,33</b>	<b>5.855,65</b>	<b>5.976,93</b>	<b>3.588,69</b>	<b>15.085,76</b>	<b>16.881,27</b>	<b>19.579,18</b>	<b>122.045,94</b>

**TAXEPRICE S.A.**  
**ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**  
**METODO CUENTA MAYOR**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Efectivo al inicio del periodo	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00	\$ 17.166,30	\$ 25.053,51	\$ 31.972,84	\$ 37.828,49	\$ 43.805,42	\$ 47.394,11	\$ 62.479,87	\$ 79.361,14	\$ 98.940,32
Efectivo recibido de clientes		\$ 212.800,00	\$ 214.928,00	\$ 219.226,56	\$ 225.803,36	\$ 234.835,49	\$ 244.228,91	\$ 256.440,36	\$ 271.826,78	\$ 290.854,65	\$ 314.123,02
Total Efectivo		\$ 220.600,00	\$ 232.094,30	\$ 244.280,07	\$ 257.776,19	\$ 272.663,98	\$ 288.034,33	\$ 303.834,46	\$ 334.306,65	\$ 370.215,80	\$ 413.063,35
<b>Salidas de Efectivo</b>											
Pago de Sueldos		\$ 40.012,91	\$ 40.068,03	\$ 40.179,36	\$ 40.349,70	\$ 40.583,63	\$ 40.826,92	\$ 41.143,20	\$ 41.541,70	\$ 42.034,53	\$ 42.927,26
Gastos de Publicidad		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Pago Proveedores B y S		\$ 125.408,00	\$ 129.002,80	\$ 133.803,36	\$ 139.879,49	\$ 147.334,01	\$ 165.733,60	\$ 164.776,96	\$ 176.081,08	\$ 189.412,76	\$ 205.076,72
Pago Préstamo		\$ 4.925,15	\$ 5.562,98	\$ 6.283,42	\$ 7.097,16	\$ 8.016,28	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Pago Intereses Préstamo		\$ 3.632,50	\$ 2.994,66	\$ 2.274,23	\$ 1.460,49	\$ 541,37	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Beneficios Sociales x Pagar		\$ 5.598,33	\$ 5.603,40	\$ 5.613,63	\$ 5.629,29	\$ 5.650,80	\$ 5.673,16	\$ 5.702,24	\$ 5.738,87	\$ 5.784,18	\$ 5.866,25
Pago IESS		\$ 9.048,70	\$ 9.061,16	\$ 9.086,34	\$ 9.124,86	\$ 9.177,77	\$ 9.232,78	\$ 9.304,31	\$ 9.394,43	\$ 9.505,88	\$ 9.707,76
Pago Impuestos		\$ 2.952,00	\$ 3.247,20	\$ 3.571,92	\$ 3.929,11	\$ 4.322,02	\$ 4.754,23	\$ 5.229,65	\$ 5.752,61	\$ 6.327,87	\$ 6.960,66
15% Participación Trabajadores		\$ 2.837,01	\$ 2.689,89	\$ 2.687,57	\$ 3.094,18	\$ 3.406,63	\$ 3.897,74	\$ 4.219,96	\$ 4.732,47	\$ 5.466,31	\$ 6.405,01
25% Impuesto Renta		\$ 4.019,10	\$ 3.810,67	\$ 3.807,40	\$ 4.383,42	\$ 4.826,06	\$ 5.521,80	\$ 5.978,28	\$ 6.704,33	\$ 7.743,94	\$ 9.073,76



<b>Total Salida de Efectivo</b>		\$ 203.433,70	\$ 207.040,80	\$ 212.307,23	\$ 219.947,70	\$ 228.858,56	\$ 240.640,22	\$ 241.354,59	\$ 254.945,50	\$ 271.275,47	\$ 291.017,41
<b>Efectivo Acumulado</b>	\$ 7.800,00	\$ 17.166,30	\$ 25.053,51	\$ 31.972,84	\$ 37.828,49	\$ 43.805,42	\$ 47.394,11	\$ 62.479,87	\$ 79.361,14	\$ 98.940,32	122.045,94

**Flujos Anuales de Caja**

<b>Inversión Total</b>	-32.685,00	9.366,30	7.887,20	6.919,33	5.855,65	5.976,93	3.588,69	15.085,76	16.881,27	19.579,18	\$ 23.105,61
------------------------	------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	--------------

**TASA DE DESCUENTO** 22,44%

**TMAR** 10%

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS ANUALES</b>
	-\$
0	32.685,00
1	\$ 9.366,30
2	\$ 7.887,20
3	\$ 6.919,33
4	\$ 5.855,65
5	\$ 5.976,93
6	\$ 3.588,69

	7	\$ 15.085,76
	8	\$ 16.881,27
	9	\$ 19.579,18
	10	\$ 23.105,61
<b>TIR</b>	<b>25%</b>	
		\$ 35.743,04
<b>VAN</b>		\$ 3.058,04

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En base a los resultados correspondiente al estudio técnico, de mercado y financiero se concluye lo siguiente:

Desde el punto de vista del estudio de mercado el proyecto es viable, en vista de que:

Los actuales cursos de tributación que se imparten en la ciudad de Guayaquil carecen de practicidad a la hora de preparar una declaración de impuestos.

- Los cursos de tributación son demandados en los pequeños negocios y por profesionales que por su actividad económica están obligados a presentar una declaración de impuestos.

Desde el punto de vista del estudio técnico, el proyecto es viable, dado que:

Al preparar a los jóvenes bachilleres de carreras básicamente contables en la preparación de impuestos y en una solida estructura de valores se corta de raíz el problema de evasión fiscal y se crea una mayor conciencia social en la ciudadanía respecto a la importancia de entregar al estado la parte que por ley le corresponde.

- Desde el punto de vista del estudio financiero el proyecto es viable, en virtud de que:

Se mantienen moderados niveles de endeudamiento para la adquisición del activo fijo, lo que permite generar un valor presente neto positivo, a la vez que existe un amplio diferencial entre la entre la trema y la TIR del proyecto.

### 5.1 Recomendaciones del proyecto de inversión

La adquisición de activo fijo debe hacerse a medida que el negocio vaya dando sus frutos a fin de no poner en riesgo la estabilidad de la compañía y el préstamo que se consiga deberá mantenerse como capital de trabajo.