



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TITULO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CONSULTORA PARA ASESORAR A LOS MICRO, PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS EN SUS OBLIGACIONES CONTABLES,
TRIBUTARIAS Y FINANCIERAS, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTORAS:

**AVECILLA VERA, ERIKA VIVIANA
VÉLIZ HERNÁNDEZ, TANIA DEL ROCÍO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A**

TUTOR

ING. HIDALGO TACURI, JOHN LUIS, MGS.

GUAYAQUIL - ECUADOR

2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **AVECILLA VERA ERIKA VIVIANA** y **VÉLIZ HERNÁNDEZ TANIA DEL ROCÍO** como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.**

TUTOR

Ing. Hidalgo Tacuri, John Luis, Mgs.

REVISORES

Ec. Esteves Palma, Juan Miguel, Mgs.

Lcda. Cruz Baratau, Victoria Guadalupe, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Avila Toledo, Arturo Absalon, MSc.

Guayaquil, a los 26 días del mes de Septiembre del año 2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras:

**AVECILLA VERA, ERIKA VIVIANA
VÉLIZ HERNÁNDEZ, TANIA DEL ROCÍO**

DECLARAMOS QUE:

El trabajo de Titulación “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA PARA ASESORAR A LOS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN SUS OBLIGACIONES CONTABLES, TRIBUTARIAS Y FINANCIERAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**”, previa a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, a los 26 días del mes de Septiembre del año 2013

LAS AUTORAS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

AUTORIZACIÓN

Nosotras:

**AVECILLA VERA, ERIKA VIVIANA
VÉLIZ HERNÁNDEZ, TANIA DEL ROCÍO**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución el Trabajo de Titulación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA PARA ASESORAR A LOS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN SUS OBLIGACIONES CONTABLES, TRIBUTARIAS Y FINANCIERAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, a los 26 días del mes de Septiembre del año 2013

LAS AUTORAS

AVECILLA VERA, ERIKA VIVIANA

VÉLIZ HERNÁNDEZ, TANIA DEL ROCÍO

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, a DIOS, quien a través de su cuidado y protección, nos ha colmado de bendiciones, sabiduría, paciencia, para poder haber llegado y cumplido nuestra meta el cual fue ser Ingenieras de excelencia, y ser profesionales preparados, orgullo de nuestra universidad, ciudad y país.

A todo el cuerpo docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, por habernos inculcado conocimiento valioso para ponerlo en práctica en la vida profesional.

Y no podemos dejar de agradecerles a nuestros guías como el tutor Ing. John Hidalgo, nuestros revisores Ec. Juan Esteves y Lcda. Guadalupe Cruz quienes con extrema paciencia y ayuda, apoyaron para haber culminado nuestro logro de obtener nuestro título de tercer nivel. Para ellos, nuestra admiración y respeto por tan valiosa ayuda.

Avecilla Vera, Erika Viviana

Véliz Hernández, Tania del Rocío

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanas y esposo, por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar. A mi hijo Guillermo Andrés quien ha sido y es mi motivación, inspiración y felicidad.

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. Thomas Chalmers

Avecilla Vera, Erika Viviana

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado de manera especial a mi pequeño hijo Santiago, y a mi tía Tania quienes han sido el pilar fundamental y la inspiración constante en todo momento y quienes con su apoyo tesonero y comprensivo han permitido la consecución de esta tesis, además a mis padres y muy especialmente a mi madre querida quien con sus enseñanzas ha hecho de mí una mujer de bien y me ha apoyado en todo sentido, durante toda mi carrera profesional.

Una mención especial a todos mis maestros, quienes con su conocimiento y sabiduría han contribuido directamente en mi formación profesional.

Véliz Hernández, Tania del Rocío

DECLARACIÓN

“Nosotras, Avecilla Vera Erika Viviana y Véliz Hernández Tania del Rocío declaramos ser autores del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales”

AVECILLA VERA, ERIKA VIVIANA

VÉLIZ HERNÁNDEZ, TANIA DEL ROCÍO

AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias, son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

AVECILLA VERA, ERIKA VIVIANA

VÉLIZ HERNÁNDEZ, TANIA DEL ROCÍO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

TUTOR

Ing. Hidalgo Tacuri, John Luis, Mgs.

REVISORES

Ec. Esteves Palma, Juan Miguel, Mgs.

Lcda. Cruz Baratau, Victoria Guadalupe, Mgs.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA E INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

CALIFICACION

Ing. Hidalgo Tacuri, John Luis, Mgs.

TUTOR

INDICE GENERAL

Introducción	1
1 Definición del Problema	5
2 Justificación de la Investigación	6
3 Determinación del Tema	7
4 Objetivos	
4.1 Objetivo General	7
4.2 Objetivos Específicos	7
5 Marco Teórico	
5.1 Estudio de Mercado	8
5.2 Estrategias del Proyecto	19
5.3 Estructura Organizacional	22
5.4 Estudio Técnico	26
5.5 Marco Legal	28
5.6 Estudio Financiero	29
CAPITULO I	
ESTUDIO DEL MERCADO	
Clasificación de las MIPYMES	34
Análisis del Entorno	38
Análisis de Porter en función del Sector	46
Segmentación del Mercado que va a servir el Proyecto	49
Investigación de Mercados	50
Selección del Mercado Meta	52
Técnicas e Instrumentos de la Investigación	55
Relación de las Cuatro P'S	69
Análisis de la Demanda	77
Análisis de la Oferta	78
CAPITULO II	
ESTRATEGIAS DE MARKETING	
Estrategias Empresariales	80
Propuesta Estratégica	83
Planes de Acción	88
Presupuesto de Ingresos	90

CAPITULO III	
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	
Base Filosófica de la Empresa	94
Base Económica y Estructural de la Organización	97
Presupuesto de Gastos de la Organización	102
CAPITULO IV	
ESTUDIO TECNICO	
Estudio de Localización	103
Estudio Económico y Estructural Operacional	106
Recursos	110
Presupuesto de Gastos Operacionales	115
Procesos	116
CAPITULO V	
MARCO LEGAL	
Entidades de Control	123
Presupuesto de Trámites Legales	129
CAPITULO VI	
ESTUDIO FINANCIERO	
Determinación de Inversiones	
Inversión Inicial	132
Capital de Trabajo	133
Inversión Total	135
Estados Financieros Proyectados	137
Evaluación Económica	140
Conclusiones	142
Recomendaciones	144
Bibliografía	146

INDICE DE CUADROS

Cuadro N°1	Clasificación de las MIPYMES	34
Cuadro N°2	Formación de las MIPYMES	36
Cuadro N°3	Variables para Muestreo de las MIPYMES	51
Cuadro N°4	Información según la Brecha en el Noreste de Guayaquil	53
Cuadro N°5	Plan de Acción N° 1	86
Cuadro N°6	Plan de Acción N° 2	87
Cuadro N°7	Plan de Acción N° 3	88
Cuadro N°8	Plan de Acción N° 4	89
Cuadro N°9	Proyección de Ventas	91
Cuadro N°10	Recursos Humanos Área Organizacional	97
Cuadro N°11	Sueldos Nómina Administrativa	98
Cuadro N°12	Recursos Materiales = Propiedad, Planta y Equipo	98
Cuadro N°13	Recursos Materiales = Suministros de Oficina y Limpieza	100
Cuadro N°14	Gastos Depreciación	101
Cuadro N°15	Presupuesto Gastos Administrativos	102
Cuadro N°16	Recursos Humanos Área Técnica	106
Cuadro N°17	Nómina Área Técnica	107
Cuadro N°18	Otros Gastos Técnicos	107
Cuadro N°19	Recursos Materiales = Propiedad, Planta y Equipo	110
Cuadro N°20	Recursos Materiales = Suministros de Oficina y Limpieza	111
Cuadro N°21	Recursos Tecnológicos = Software	112
Cuadro N°22	Gastos de Adecuación	112
Cuadro N°23	Gastos Operacionales	112
Cuadro N°24	Gastos Depreciación	113
Cuadro N°25	Gastos de Amortización	114
Cuadro N°26	Presupuesto de Egresos Área Técnica	115
Cuadro N°27	Simbología del Diagrama de Flujo	116
Cuadro N°28	Gastos de Constitución	129
Cuadro N°29	Amortización de los Gastos de Constitución	119
Cuadro N°30	Inversión Inicial	133
Cuadro N°31	Gastos Administrativos	134
Cuadro N°32	Gastos Técnicos	134
Cuadro N°33	Capital de Trabajo	135
Cuadro N°34	Inversión Total	136
Cuadro N°35	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	137
Cuadro N°36	Estado de Flujo de Efectivo Proyectado	138
Cuadro N°37	Estado de Situación Financiera Proyectado	139
Cuadro N°38	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	140
Cuadro N°39	Cálculo TIR	140
Cuadro N°40	Cálculo VAN	141

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N°1	Establecimientos Económicos a Nivel Nacional	39
Gráfico N°2	Inflación Acumulada	40
Gráfico N°3	Inflación Anual por ciudades	41
Gráfico N°4	Evolución del Mercado Laboral	44
Gráfico N°5	Brecha Mercado Meta	52
Gráfico N°6	Conocimientos Contables de MIPYMES	56
Gráfico N°7	Control Interno MIPYMES	57
Gráfico N°8	Importancia de la Asesoría para las MIPYMES	58
Gráfico N°9	Disposición a Contratar el Servicio	59
Gráfico N°10	Exigencias al Contratar el Servicio	60
Gráfico N°11	Valoración del Servicio al Momento de Contratarlo	61
Gráfico N°12	Desventajas del Servicio Externo	62
Gráfico N°13	Beneficios al Contratar el Servicio (4 el puntaje más alto)	63
Gráfico N°14	Elementos que Determinan el Costo del Servicio	64
Gráfico N°15	Precio del Servicio para Microempresarios	65
Gráfico N°16	Precio del Servicio para Pequeñas Empresas	66
Gráfico N°17	Precio del Servicio para Empresas Medianas	67

INDICE DE FIGURAS

Figura N°1	Stand de Empresa	76
Figura N°2	Mapa de la Ciudad de Guayaquil	104
Figura N°3	Mapa de la Ciudad de Guayaquil (google maps)	105
Figura N°4	Ubicación Instalaciones Empresa	105
Figura N°5	Ubicación Instalaciones Empresa (vista satelital)	106

RESUMEN

El presente trabajo trata sobre el **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA PARA ASESORAR A LOS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN SUS OBLIGACIONES CONTABLES, TRIBUTARIAS Y FINANCIERAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, para lo cual se han estudiado aspectos como los deseos, preferencias y necesidades de los consumidores, así como la forma en la que el mercado los atiende. Partiendo de este análisis fue posible determinar la demanda insatisfecha del servicio de consultoría tributaria, así como diseñar productos y servicios a medida de los clientes, que puedan, por una parte apoyar y optimizar su función gerencial en lo que a la planificación fiscal se refiere; y por otra parte, ser un pilar del cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de la sociedad en general.

Sobre la base de dicha información se desarrolló la ingeniería del proyecto, en la cual se consideraron factores que van desde el tamaño, la localización y demás aspectos de la infraestructura física, así como del recurso humano necesarios para cumplir con los objetivos de la empresa. Adicionalmente se realizó un esbozo de la estructura organizacional de que debería tener la consultora, desde el punto de vista de los procesos de la cadena de valor.

El estudio de factibilidad de un proyecto no puede concluir sin el análisis y la evaluación financiera del mismo, el cual comprende sus fuentes de financiamiento, tanto internas como externas, así como el costo real de ese dinero; por otra parte se trató el tema del uso de los fondos del proyecto, es decir la inversión a largo plazo de la empresa y sus costos anuales de operación; datos que terminan consolidándose en el estado de flujos de efectivo proyectado a cinco años, los cuales sirven de base para aplicar los diferentes métodos de evaluación de proyectos, a través de los cuales fue posible corroborar la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

Finalmente, una vez realizado un estudio de factibilidad global del proyecto para la creación de una empresa para asesorar a microempresarios en la parte tributaria, se debe indicar que la adecuada combinación de los tres factores resumidos previamente incide directamente en la obtención de la rentabilidad esperada.

INTRODUCCION

Una de las profesiones que ha demandado mayor actualización y estudio, ha sido desde siempre la contable. Dentro de las principales causas se encuentran los continuos cambios legales y tributarios y actualmente, la inminente aplicación de las Normas Financieras Internacionales en el Ecuador.

Al analizar el entorno en el cual se desenvuelven los contadores y auditores, no se puede obviar las implicaciones legales relacionadas con el desempeño de esta profesión y al ser las mismas tan severas se obliga a una permanente capacitación técnica. Lo mencionado anteriormente se complica aún más cuando ingresa un nuevo Gobierno con su propia ideología y crea un marco jurídico acorde a su pensamiento, el mismo que en ocasiones varía significativamente del manejo del Gobierno anterior.

Un ejemplo de esto es lo que actualmente sucede en el Ecuador con el Gobierno de Rafael Correa. Durante este período incluso se ha definido una nueva constitución. Dentro de los cambios más importantes, se crea la potestad del Gobierno de realizar modificaciones a las leyes vía decreto, lo cual permite cambios más frecuentes y ágiles generando un gran impacto sobre todo en los temas tributarios.

Con los antecedentes indicados y como preocupación importante se encuentra el hecho de que muchos profesionales no tienen la prolijidad de actualizar sus conocimientos a la par de los cambios legales, lo cual pone en riesgo su prestigio y el de las empresas en las que laboran. El riesgo más grave existente es que las sanciones llegan a penalizar con cárcel, no sólo al responsable de la contabilidad sino también a los administradores con consecuencias negativas para los negocios como clausuras,

eliminación de permisos de facturación, entre otros.

Como uno de los cambios más significativos referentes a infracciones tributarias se puede citar el endurecimiento de penas. La modificación elimina la posibilidad que permitía considerar a los delitos como culposos o derivados de errores. Actualmente y en primera instancia se dictamina que la infracción fue realizada con dolo, eliminando la posibilidad de que pueda existir un error sin mala fe llegando en el peor de los casos a castigar con cárcel errores que se podrían considerar humanos. Este cambio se aplica también en aspectos aduaneros.

Con estos antecedentes nace la oportunidad y a la vez la necesidad de crear una empresa que pueda cubrir las exigencias del mercado brindando un servicio diferenciado, de calidad y a la medida de los requerimientos. Esta organización se enfocaría en la asesoría y consultoría de temas contables, tributarios y financieros. Se espera lograr que la misma apoye a las organizaciones para su crecimiento, al contar con información oportuna y poder transmitir a las mismas la certeza y tranquilidad de haber cumplido con las obligaciones tributarias adecuadamente, con el agregado del profesionalismo y experiencia de quienes realizan esta función.

Como ecuatorianos y más aún como parte importante de esta sociedad existe la obligación de ser generadores de fuentes de empleos, retribuir de cierta forma al país todo lo que ha invertido en cada uno de los profesionales, y parte de esta función es llegar a concretar la creación de fuentes de trabajo. De acuerdo al Colegio de Contadores Públicos de Guayaquil, Ecuador tiene una falencia importante, pues son muy pocos los profesionales capaces en el campo de las finanzas y temas tributarios a pesar de que son cientos los estudiantes que logran graduarse cada año.

Esta situación se genera principalmente debido a problemas tales como falta de recursos para acceder a capacitarse, insuficientes de centros de capacitación, y como ya se ha indicado, los constantes cambios legales.

En otros tiempos las personas que tomaban cursos o seminarios sobre las leyes tributarias eran los gerentes financieros y contadores; en la actualidad se están inscribiendo muchos profesionales no vinculados a las finanzas y contabilidad.

Hay quienes consideran que la alta demanda de capacitación de estos días se debe a los mismos cambios que trae la Ley Tributaria y que demanda mayores responsabilidades para todos quienes trabajen en el área financiera y de contabilidad de una empresa. En el aspecto tributario se ofrecerá servicios de cumplimiento de contribuciones de acuerdo a lo previsto en la Ley de Régimen Tributario Interno así como en el Reglamento de Régimen Tributario Interno. Estructurar una gama de servicios, que pueda ofrecer la nueva empresa a precios razonablemente menores que la competencia, a través de la optimización del uso de los recursos que se revierta en una reducción de los costos.

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

CAPITULO I.- Para conocer la situación actual imperante en el país y fuera de él; así como, un análisis del micro entorno, también se realiza un análisis de la brecha escogida para elaborar nuestro proyecto se realiza la investigación de mercado.

CAPITULO II.- En este capítulo y en base al diagnóstico realizado, que evidenció en base a encuestas cuales son las necesidades actuales en

este ámbito, se establece las estrategias de marketing; el plan estratégico, los planes de acción, así como los presupuestos de ventas durante los siguientes cinco años.

CAPITULO III.- En este capítulo se realiza el estudio organizacional del proyecto, los recursos humanos, materiales, así como también los recursos económicas que va a ser utilizada en el Área Administrativa. Se establece la cadena de valor para la empresa, se establece los procesos creadores de valor, en base de lo cual se define la misión, la visión, los valores corporativos.

CAPITULO IV.- En este capítulo se realiza el estudio técnico, en el cual se determina la localización propicia para establecer las instalaciones de la empresa, además se determina los recursos humanos, materiales, financieros y económicos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

CAPITULO V.- En este capítulo se desarrollará el Marco Legal con el que debe contar nuestro proyecto, los organismos a los cuales se debe de regir.

CAPITULO VI.- En éste capítulo se realiza el estudio financiero que nos permite determinar la factibilidad de crear la empresa de asesoría contable, tributaria y financiera para MIPYMES. Se determina la inversión inicial que permitirá la puesta en marcha de la empresa, el capital de trabajo, la inversión total requerida, los estados financieros proyectados. Finalmente presentamos las conclusiones más importantes y a la vez planteamos recomendaciones que pueden constituirse en directrices viables para la aplicación de la Propuesta.

1. DEFINICION DEL PROBLEMA

Se ha constatado variedad de inconvenientes presentados al momento de realizar trabajos de índole contable, tributario y financiero a personas naturales o sociedades jurídicas.

Son muchas las causas por las que se originan estos problemas y hacen que la información financiera no sea confiable, eficiente y oportuna.

Uno de los problemas que ocurren con mayor frecuencia es la confianza que los contribuyentes depositan (sean estos de personalidad natural o jurídica) en asesores tributarios pocos capacitados, antiprofesionales y de naturaleza informal, como aquellos que ofrecen sus servicios de forma ambulatoria a los alrededores de los Organismos de Control como es el S.R.I. siglas conocidas como Sistema de Rentas Internas en el Ecuador. Estos servicios son realizados de forma rápida y a bajos costos.

Otro de los problemas en la presentación oportuna de la información contable o tributaria radica en la asignación de tareas que los Financieros o Contadores Generales delegan a sus subalternos-asistentes quienes a su vez no cumplen con el plazo establecido para el pago de sus obligaciones tributarias por descuido o impericia profesional. Estos tipos de problemas generan retrasos que representan costos adicionales y serios malestares en la organización.

No sólo en el aspecto tributario existen retrasos, también en lo contable y extra contable; se genera gran preocupación e interés ya sean por temas relacionados a las NIIF o la necesidad de poner a disposición de los Organismos de Control como es la Superintendencia de Compañías la

información contable real y en el tiempo apropiado.

En base a estos antecedentes, podemos concluir que dichas empresas necesitarán de personal capacitado en materia contable y tributaria, pues este factor es de suma importancia en el establecimiento y el crecimiento de la misma. A la vez se debe tomar en cuenta que el manejo adecuado del aspecto contable y la buena aplicación de las normas tributarias lograrán el control de los activos; la veracidad de información que se presente a las partes relacionadas, la prontitud con que se entregue dicha información y la maximización de las utilidades. Las MIPYMES, requerirán de manera urgente y permanente, contar con el servicio moderno y personalizado de asesoría contable tributaria y financiera.

Es por esto que se plantea el **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA PARA ASESORAR A LOS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN SUS OBLIGACIONES CONTABLE, TRIBUTARIA Y FINANCIERA**. Su creación permitirá contar con servicio profesional dinámico, ágil, moderno, seguro y a su alcance. Con la creación de la empresa, se pueden beneficiar de un nuevo concepto de servicio especializado contable, tributario y financiero, para así llenar las falencias que en el manejo de los aspectos económicos y financieros se dan sobre todo en nueva época implementada por el SRI y otros organismos estatales.

2. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Como la demanda por los servicios de asesoría contable y tributaria de las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad son lo suficientemente grandes para satisfacerla, se ha planteado el presente proyecto.

Esta empresa consultora, será creada para solucionar los problemas contables, tributarios y financieros que se generan día a día en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Si el proyecto no se ejecuta una gran parte de la demanda quedaría sin satisfacer. Los dueños de los negocios perderían dinero, cerrarían y por ende sus empleados perderían sus trabajos. De ahí la necesidad de crear una empresa consultora para asesorar a los microempresarios.

3. DETERMINACION DEL TEMA

Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Consultora para Asesorar a los Micro, pequeñas y medianas empresas en sus obligaciones contables, tributarias y financiera, en la ciudad de Guayaquil.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad de crear una empresa consultora para asesorar a micro, pequeñas y medianas empresas en sus obligaciones contables, tributarias y financiera.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Realizar el Estudio del Mercado a fin de determinar la demanda insatisfecha.
2. Determinar las Estrategias de Marketing del Proyecto.
3. Definir los procesos de la Estructura Organizacional que apoyen a la conformación del proyecto.
4. Efectuar el Estudio Técnico como que se va a llevar a cabo el proyecto.

5. Levantar la Estructura Legal del Proyecto.
6. Determinar el estudio financiero del proyecto.

5. MARCO TEORICO

Para alcanzar los objetivos específicos se ha seguido las siguientes posiciones teóricas:

5.1 ESTUDIO DE MERCADO

Según el escritor Michael Porter (2002) en su libro Estrategia Competitiva señala que:

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

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

RELACIÓN DE LAS CUATRO P'S

Producto o servicio:

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

empieza con la introducción o lanzamiento al mercado, crecimiento, madurez y decadencia.

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

Precio:

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

Plaza: “Distribución”

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

Promoción o publicidad:

Comprende todas aquellas herramientas que pueden comunicar un mensaje a una audiencia-objetivo. Se busca comunicar al cliente potencial, las características y beneficios del producto. Para el desarrollo del margen teórico de estudio de mercado se ha seguido las siguientes pautas:

ANÁLISIS DEL ENTORNO:

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

Para realizar el balance situacional es necesario considerar el Macro-entorno y el Micro-entorno.

MACROENTORNO:

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

Demográfico-Económico-Socioculturales-Legales-Político-Ambiental-Tecnológicos.

Demográfico:

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

Económico:

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

servicio competitivo, poniendo especial atención en sus competidores y los consumidores meta.

Socioculturales:

El entorno cultural afecta los valores, las percepciones, preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad. Los seres humanos poseen dos tipos de creencias y valores:

1) los fundamentales que han sido transmitidos por sus antepasados y reforzados por el medio ambiente que les rodea.

2) secundarios que podrían llegar a ser cambiados y por lo tanto se puede trabajar sobre ellos, estimulando el cambio.

Legales:

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

Político:

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

Ambiental:

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

los ecosistemas.

Tecnología:

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

MICROENTORNO:

Según el escritor Michael Porter (2002) en su libro Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia, señala que "...existen cinco fuerzas que determinan la rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial...."

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.
2. La rivalidad entre los competidores.
3. Poder de negociación de los proveedores.
4. Poder de negociación de los compradores.
5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

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

La rivalidad entre los competidores

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

Poder de negociación de los proveedores

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

Poder de negociación de los compradores:

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

Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos

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

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

✚ Economías de Escala:

Supone al que las posea, debido a que sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultar a un nuevo competidor entrar con precios bajos.

✚ Diferenciación del Producto:

Asume que si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival.

✚ Inversiones de Capital:

Considera que si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan.

✚ Desventaja en Costos independientemente de la Escala:

Cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser destruidas por competidores potenciales

independientemente de cuál sea su tamaño y sus economías de escala.

Esas ventajas podían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia.

Acceso a los Canales de Distribución:

En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc., lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante.

Política Gubernamental:

Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:

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

seleccionar el mercado objetivo”.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

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

- 1) Definir el problema y los objetivos de la investigación.
- 2) Desarrollar el plan de investigación que debe contener:
 - + Las fuentes de información.
 - + Métodos de investigación.
 - + Instrumentos de la investigación.
 - + El Plan de muestreo : que requiere definir:
 - + La unidad de muestreo.
 - + El Tamaño de la muestra.
 - + Procedimiento de muestreo.
- 3) Recopilar la información.
- 4) Analizar la información.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y EL MERCADO POTENCIAL:

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

El interés de los consumidores no basta para definir un mercado. Los consumidores potenciales deben tener suficientes ingresos y deben tener acceso a la oferta de producto. Una empresa puede dirigirse a todo el mercado disponible o concentrarse en ciertos segmentos.

Para estimar la demanda actual, se debe determinar el potencial total del mercado, el potencial del área de marco, las ventas de la industria y la participación en el mercado.

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

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

Hay dos bases para segmentar los mercados de consumo: características de los consumidores y respuestas de los consumidores. Las principales variables de segmentación para los mercados son geográficas, demográficas, sicográficas y conductuales. Para que un segmento de mercado sea útil tienen que ser medible, sustancial, accesible, diferenciable y susceptible de acción.

Una vez que la empresa ha identificado sus oportunidades en cuanto a segmentos del mercado, tiene que evaluar los diversos segmentos y decidir a cuantos y a cuales dirigirse. Al evaluar los segmentos, la empresa debe examinar los indicadores de atractivo del segmento, los objetivos y recursos de la empresa. Al escoger los segmentos a los que se dirigirá, la

empresa puede optar por centrarse en un solo o varios segmentos, en un producto específico, en un mercado específico o en todo el mercado...”.¹

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

Posicionamiento

Trout & Ries (2002) en su libro posicionamiento: la batalla por su mente, señalan que el posicionamiento comienza con un producto (una mercancía, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona), pero no es lo que se hace con un producto, sino como posiciona el producto en la mente del cliente.

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

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

¹ KOTLER, Philip; Dirección de Marketing

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

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

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

Se debe escoger un nombre que diga al cliente prospecto cual es la principal ventaja del producto. Un nombre sólido, genérico y descriptivo obstaculizara la entrada de la competencia a nuestro mercado. Un buen nombre es el mejor seguro para el éxito a largo plazo.

5.2 ESTRATEGIAS DEL PROYECTO

Gerry Johnson y Kevan Scholes (2003) en su libro Dirección Estratégica, señalan que la dirección estratégica, abarca la organización en su totalidad; así, como en gestionar el proceso de toma de decisiones estratégicas.

La dirección estratégica incluye el análisis estratégico, la elección estratégica y la implementación de la estrategia. Este proceso permitirá establecer la posición estratégica de la organización, su valoración, la elección y la implantación de la estrategia.

La fuerza del nombre de la empresa: "...El nombre es el gancho del que cuelga la marca en la escalera de productos que el cliente prospecto tiene en mente. En la era del posicionamiento, la decisión de marketing más importante que se puede tomar es el nombre del producto...".² Este debe ser por sí mismo una estrategia.

Plan Estratégico

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

La Planificación Estratégica nos permite ir desde hoy, en el cumplimiento de nuestra Misión, hacia la consecución de nuestra Visión en el futuro.³ "...El plan estratégico es un documento formal en el que se intenta plasmar, por parte de los responsables de una compañía (directivos, gerentes, empresarios) cual será la estrategia de la misma durante un período de tiempo, generalmente de 3 a 5 años.

El plan estratégico es cuantitativo: establece las cifras que debe alcanzar la compañía, manifiesto: describe el modo de conseguirlas, perfilando la estrategia a seguir, y temporal: indica los plazos de los que dispone la compañía para alcanzar esas cifras..."⁴

El plan estratégico está compuesto por:

- Objetivos.
- Estrategias.
- Acciones.

² Al Ries- Jack Trout, Posicionamiento: la batalla por su mente

³ <http://www.focoestrategico.com/>

⁴ http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

Objetivos Estratégicos de la empresa:

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

Estrategias:

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

- ✚ Una propuesta de valor única.
- ✚ Tener una cadena de valor distinta.
- ✚ Renuncias que tira y afloja están dispuestos a aceptar los directivos de una empresa para tener una buena estrategia.
- ✚ Se pueden copiar muchas ideas, pero lo importante es elegir las bien.
- ✚ Las propuestas deben tener continuidad y tener una duración de por los menos cinco años....”⁵

La Estrategia, es un elemento fundamental en la existencia de un ente, individuo u organización. La estrategia responde a la combinación de los planes para el futuro con los patrones del pasado.

Toda acción futura requiere de un Plan para alcanzar las metas propuestas y el Plan requiere de un conjunto de estrategias.

⁵Revista Decisión Edición 33

Acción o Táctica:

Una acción es un hecho que depende directamente de la compañía, y que generalmente se lleva a cabo para facilitar la consecución de los objetivos, fomentar el respeto a las políticas impuestas, o vertebrar la estrategia global de la empresa.⁶

5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Según el escritor Kast y Rosenzweig (1987) consideran a la estructura como “el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización. Sin embargo, la estructura de un sistema social no es visible de la misma manera que en un sistema biológico o mecánico. No puede ser vista pero se infiere de las operaciones reales y el comportamiento de la organización.”

Está conformada por las partes que integran a la organización y las relaciones que las vinculan, incluyendo las funciones, actividades, relaciones de autoridad y de dependencia, responsabilidades, objetivos, manuales y procedimientos, descripciones de puestos de trabajo, asignación de recursos, y todo aquello que está previamente definido de alguna manera.

Puede tener forma escrita y pública o no, pero siempre se refiere a procesos, tareas y comunicaciones que habrán de tener lugar entre sus miembros. Por lo tanto, un plan, un programa, un presupuesto, un instructivo, las interrelaciones previstas entre el personal, forman parte de la estructura formal.

⁶http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

Estructura Formal

Para Simon, “la estructura formal establece conjuntos de prescripciones y expectativas respecto a los miembros de la organización que son responsables de determinadas acciones y decisiones, establece una estructura de objetivos y metas que servirán como criterio de elección entre alternativas en las diferentes áreas o partes de la organización, y establece responsabilidades de investigación en las unidades particulares de la misma para escudriñar el medio ambiente, así como para informar acerca de eventos que requieren atención en dirección a los puntos de decisión apropiados”.

Según el escritor Jorge Etkin (1978) , en su libro “...Sistemas y estructuras de organización” (Edit. Macchi), “...Estructura es la forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto o bien de un sistema bajo condiciones particulares de tiempo y lugar. Decimos que existe una estructura cuando una serie de elementos se integran en una totalidad que presenta propiedades específicas como un conjunto, y cuando además las propiedades de los elementos dependen (en una medida variable) de los atributos específicos de la totalidad. Por este motivo, en el análisis estructural de un fenómeno, se otorga prioridad a la interacción antes que al estudio de las acciones particulares...”

Etkin considera que “la estructura es la forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto o bien de un sistema bajo condiciones particulares de tiempo y lugar”. Decimos que existe una estructura cuando una serie de elementos se integran en una totalidad que presenta propiedades específicas como un conjunto, y cuando además las propiedades de los elementos dependen (en una medida variable) de los atributos específicos de la totalidad.

Según él los escritores Donnelly, Gibson e Ivancevich (1994) en su libro Dirección y Administración de Empresas, Ed. Adisson Wesley Iberoamericana enuncian: "...Entendemos por estructura, la anatomía de una organización que proporciona las áreas dentro de las que debe funcionar. Por lo tanto, del mismo modo que la anatomía de un organismo vivo, la estructura de la organización actúa como un marco; esta última idea está centrada en la diferenciación de puestos, la formulación de reglas y procedimientos y las prescripciones de autoridad. En este contexto, la estructura regula (o por lo menos reduce) la incertidumbre referente al comportamiento de determinados empleados...". La comparación con el esqueleto animal se basa en el hecho de proporcionar el fundamento básico alrededor del cual se relacionan y funcionan varias partes o unidades y de proporcionar relaciones y restricciones establecidas y conocidas entre los miembros de una organización.

Para Pfiffner y Sherwood "la estructura formal expresa los procesos de acción mutua entre sus miembros, define las especialidades de trabajo y las líneas de comunicación". Los procesos reales sin embargo, no siempre siguen estas líneas de interacción, sino que se entremezclan con procesos informales. Así, la estructura formal (prevista) se convierte en la estructura real con la intervención de los miembros de la organización.

ESTRUCTURA INFORMAL

Es la que se conforma a partir de las relaciones entre las personas que comparten uno o varios procesos de trabajos dentro de la organización. En este sentido, la estructura informal comprende aspectos referidos, o que tienen que ver, con valores, intereses, sentimientos, afectos, liderazgo y toda la gama de relaciones humanas que no pueden ser determinadas previamente. Simplemente son producto de la interacción humana y del juego de personalidades, grupos, etc.

Lo informal está caracterizado por una actividad colectiva que no está orientada específicamente hacia los objetivos, pero que es necesaria para alcanzarlos. La suma de la estructura formal y la informal da como resultado la estructura total, que es la real.

VISIÓN:

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

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

MISIÓN:

En cuanto a lo relacionado a la misión está dirigida a encaminar correctamente los esfuerzos y manejo de las actividades de la empresa que es servir a las MIPYMES, ser el vínculo entre los organismos estatales de control y las MIPYMES, ser una organización que contribuya al desarrollo del país con la generación de fuentes de empleo y aportando en la difusión de una cultura tributaria. “...Es lo que debemos hacer todos los días: para llegar a cumplir la visión...”⁷

⁷DONNELLY Gibson Ivancevich, "*Fundamentos de Dirección y Administración*" Octava Edición. (1997)

VALORES CORPORATIVOS:

Los Valores Corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.⁸

5.4 ESTUDIO TÉCNICO

Según el escritor Nassir y Reinaldo Sapag Chain (2003), MacGraw Hill Interamericana, cuarta edición, México. "...En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área..."

El servicio contable, tributario, financiero, consiste en analizar la información, realizar los registros contables, procesar la información tributaria, establecer la situación financiera de la actividad económica que realiza una empresa (persona natural o jurídica) y determinar la toma de decisiones.

El servicio de asesoría contable, tributaria y financiera por su parte es el acompañamiento en la elaboración de los registros contables, en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y/o al establecer la situación económica de la empresa es decir el apoyo puede ser durante todo el ejercicio económico o en la o las etapas que el cliente considere necesarias.

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

⁸<http://planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf>

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

En el estudio técnico se resuelven las interrogantes acerca de las necesidades de capital, mano de obra, recursos materiales, tecnológicos, infraestructura, ubicación, tamaño de planta y todo lo que se requiere para poner en marcha el proyecto que contribuyan a la satisfacción de las necesidades de los clientes.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la localización óptima, los requerimientos de infraestructura, materiales, personal, financiamiento, procesos y estructura legal que permitan brindar los servicios de asesoría contable y tributaria.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Determinar la localización óptima del proyecto.
- ✚ Establecer los requerimientos de muebles y equipos tecnológicos.
- ✚ Definir el modelo administrativo y jurídico de la empresa que organizarán los asesores para brindar el servicio contable tributario.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Tamaño del proyecto

Según los escritores NASSIR, SAPAG, CHAIN (2006), en su libro “Formulación de Proyectos”, Ed. Mc Graw Hill, p. 46, Bogotá, “La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación”.

De igual forma, la decisión que se tome respecto a este punto determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación

de los ingresos por venta. El presente proyecto será la creación de una empresa dedicada a **ASESORAR A LOS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN SUS OBLIGACIONES CONTABLES, TRIBUTARIAS Y FINANCIERAS.**

Localización:

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

La localización adecuada de la empresa determina el éxito o fracaso de un negocio. La decisión.

5.5 MARCO LEGAL

De acuerdo a la Ley, la Empresa Unipersonales de Responsabilidad Limitada tendrá las siguientes características:

- ✚ Será establecida por una sola persona natural que tenga capacidad legal.
- ✚ El dueño será el gerente-propietario y su representante legal.
- ✚ Tanto el gerente-propietario como la empresa unipersonal de responsabilidad limitada son distintas personas, por consiguiente sus patrimonios son separados.
- ✚ El gerente-propietario no será responsable de las obligaciones de la empresa, ni viceversa, salvo en casos como la quiebra fraudulenta.
- ✚ El objeto de esta compañía es la actividad económica a la que se va a dedicar, y podrá ser solo una actividad empresarial.
- ✚ El capital mínimo será el producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general por

diez. Los aumentos de capital pueden provenir de un aporte en dinero o por capitalización de reservas o utilidades de la empresa. De las utilidades anuales se destina el 10% para reservas hasta que representen el 50% del capital empresarial.

- ✚ La empresa unipersonal está exenta de impuestos en el proceso de constitución y solamente sus utilidades y valores que retire de ella el gerente propietario están sujetas al tratamiento tributario que tienen las compañías anónimas.
- ✚ La constitución se la hace por medio de escritura pública, aprobada por un juez de lo civil e inscrita en el Registro Mercantil y afiliada al gremio o cámara que corresponda a la actividad de la empresa.
- ✚ La Organización también debe registrar su actividad económica en el Servicio de Rentas Internas (SRI), en donde le asignaran un número de identificación conocido como Registro Único de Contribuyentes (RUC). La Administración Tributaria identifica a los contribuyentes con fines impositivos.
- ✚ La Constitución de la República y el Art. 4 del Código de Trabajo, establecen la obligatoriedad de inscribir a la empresa en el Sistema de Historia Laboral del IESS. Con la finalidad de afiliar al trabajador desde el primer día de Trabajo.

5.6 ESTUDIO FINANCIERO

Nassir y Reinaldo Sapag (2003) en su libro Preparación y evaluación de proyectos señala "...La evaluación económica - financiera permite determinar la factibilidad operativa del proyecto y establecer los recursos económicos y financieros que requiere para la puesta en marcha...".

Es la manera de proyectar los resultados futuros que puede tener la empresa al iniciar sus actividades. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que

podiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

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

Nassir y Reinaldo Sapag en su libro Preparación y evaluación de proyectos señalan que en un nuevo proyecto existen dos tipos de inversiones.

Las inversiones que se realizan antes de la puesta en marcha, se agrupan en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo inicial.

La importancia de la inversión en capital inicial de trabajo radica en que garantiza el financiamiento de los recursos durante un ciclo productivo.

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

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

costos y los efectos tributarios.

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

Se analizan las principales variables que participan en la composición del flujo de caja del proyecto. La confiabilidad que otorguen las cifras contenidas en este flujo será determinante para la validez de los resultados, ya que todos los criterios de evaluación se aplican en función de él.

Al proyectar los flujos, deberá estimarse un valor de salvamento para el proyecto, el cual, sin ser efectivamente vendido, debe valorarse. El más eficiente es el del valor actual de los beneficios netos futuros, que tiene en cuenta el precio del proyecto en funcionamiento.

El flujo de caja sistematiza la información de las inversiones previas a la puesta en marcha, las inversiones durante la operación, los egresos e ingresos de operación, el valor de salvamento del proyecto y la recuperación del capital de trabajo.

Los costos que se denominan diferenciales expresan el incremento o disminución de los costos totales que implicaría la implementación de cada una de las alternativas, en términos comparativos respecto a una situación tomada como base y que por lo común es la vigente. El costo de capital patrimonial se basa en un concepto de costo de oportunidad, que

representa la rentabilidad que el inversionista exige a sus recursos propios.

Se utilizarán dos alternativas de evaluación: el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). Es importante incluir el análisis de los efectos de la inflación en la evaluación del proyecto. Será preciso incorporar las ganancias y pérdidas por inflación que se generan sobre los flujos de caja.⁹

⁹SAPAG Nassir; SAPAG Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos.

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo central de este capítulo es determinar, gracias a la investigación de mercados, la existencia real de clientes para la asesoría que se va a ofrecer, la disposición de los clientes para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, pero en sí. El objetivo de llevar a cabo este estudio es para conocer qué tan viable sería el **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA PARA ASESORAR A LOS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN SUS OBLIGACIONES CONTABLES, TRIBUTARIAS Y FINANCIERAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

En todo proyecto, es indispensable analizar el mercado al cual se está incursionando a fin de identificar las condiciones actuales del sector, conocer sus características y necesidades, así como la forma en la que la compañía podría atenderlas a través de una línea de productos elaborada adecuadamente

Para esto se considera que las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), son un componente preponderante en el desarrollo económico de un país, a través de la generación de riqueza y la creación de fuentes de empleo. Los inversionistas, esperan no tener barreras para desarrollar sus actividades económicas y aspiran tener acceso a información financiera de alta calidad, confiable, transparente y comparable, que sirva de base para la toma de las mejores decisiones sobre el futuro de la organización.

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

Para nuestro estudio vamos a identificar de qué forma están clasificadas las MIPYMES como se lo indica a continuación:

CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES

Son las unidades productivas individuales o asociadas que se encuentran en los parámetros descritos a continuación y que al menos cumplan dos de los tres parámetros establecidos en cada una de las categorías detallada:

Cuadro N° 1

Artículo 3: La clasificación de cada MIPYME en la categoría correspondiente a micro, pequeña y mediana empresa se hará conforme a los parámetros indicados a continuación:

Variables	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Número de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas Totales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Datos extraídos del Reglamento de la Ley de Promoción y fomento de las micro, pequeña y mediana empresa (Decreto 17-2008).

MICROEMPRESA

Aquella que tenga entre 1 a 5 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a un millón dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos de hasta doscientos mil dólares.



PEQUEÑA EMPRESA

Aquella que tenga entre 6 a 30 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno hasta nueve millones de dólares de los Estados Unidos de América o un



volumen de activos entre doscientos mil uno hasta un millón quinientos mil dólares.

MEDIANA EMPRESA

Aquella que tenga entre 31 a 100 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre nueve millones uno hasta cuarenta millones de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos entre un millón quinientos uno hasta seis millones de dólares.



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

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

Cuadro N° 2
Formación de las MIPYMES

MIPYMES	PERSONA NATURAL		PERSONA JURIDICA
	NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD
Microempresa	X	X	X
Pequeña		X	X
Mediana		X	X

Fuente: SRI

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

Las personas naturales se clasifican en: obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

Están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas no obligadas a llevar contabilidad, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos

(sin título profesional y no empresarios), deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

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

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

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

Después de advertir la importancia del aspecto contable tributario, y financiero para una empresa, surge la necesidad de establecer el grado de aceptación del servicio de contabilidad, tributación y finanzas y de asesoría entre las MIPYMES, a través de la realización de un estudio de mercado que después de analizar los factores y condiciones imperantes, nos permita

identificar el segmento de mercado al cual se dirigirá el proyecto y determinar la demanda insatisfecha a la cual servirá la empresa.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

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

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

Análisis del Macro entorno

Este análisis permitirá conocer, cómo afectan los factores externos o del macro entorno al mercado de las MIPYMES al cual va dirigido la investigación.

Factor Geográfico:

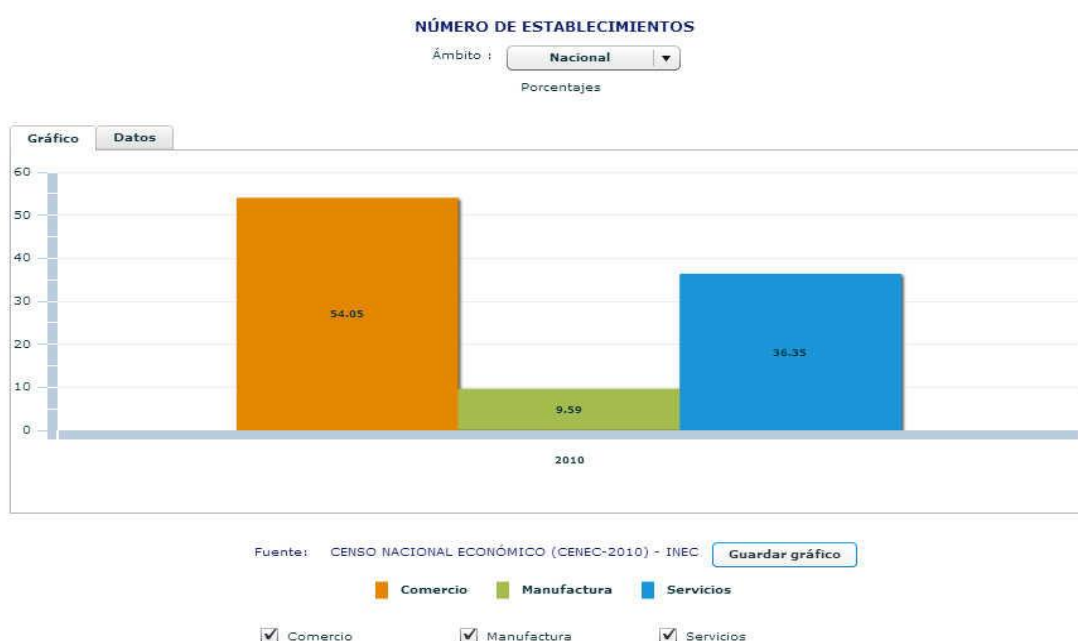
Es importante buscar la mejor ubicación geográfica para el funcionamiento de la empresa de servicios de asesoramiento y consultoría contable, tributaria y financiera.

Por lo cual, será oportuno situar las instalaciones en un lugar estratégico, con acceso fácil y rápido, cerca de centros de negocios donde se encuentran los clientes potenciales.

Factor Demográfico:

Ecuador cuenta con 541.889 establecimientos económicos visibles a nivel nacional, según datos entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Siendo los propietarios en su mayoría hombres con el 51,1% y mujeres 48,9%.

Gráfico N° 1: Establecimientos Económicos a Nivel Nacional



Fuente: INEC <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cenec.html#tpi=733>

De ellos, 285.166 están ubicados en la Sierra, 232.132 en la Costa, 23.153 en la Amazonía y 1.438 en la región insular. En cuanto a densidad poblacional de locales, el país tiene 381 establecimientos por cada 10.000 habitantes.

Las 10 provincias con más establecimiento son Guayas, en primer lugar, con 117.238; seguido de Pichincha con 116.174, Azuay 38.445, Manabí 34.918, Tungurahua 23.869, El Oro 23.659, Loja 21.949, Los Ríos 18.693, Imbabura 17.008 y Esmeraldas, 14.622.

Por lo otro, Guayas es la provincia de mayor concentración de negocios. “En Guayaquil existen 99.952 establecimientos económicos que generan ingresos por ventas de \$65650 millones de dólares y emplean a 547.067 personas.”

Las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES dentro del tejido empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPYME. Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.

Factor Económico:

Gráfico Nº 2: Inflación Acumulada

Fuente: Banco Central

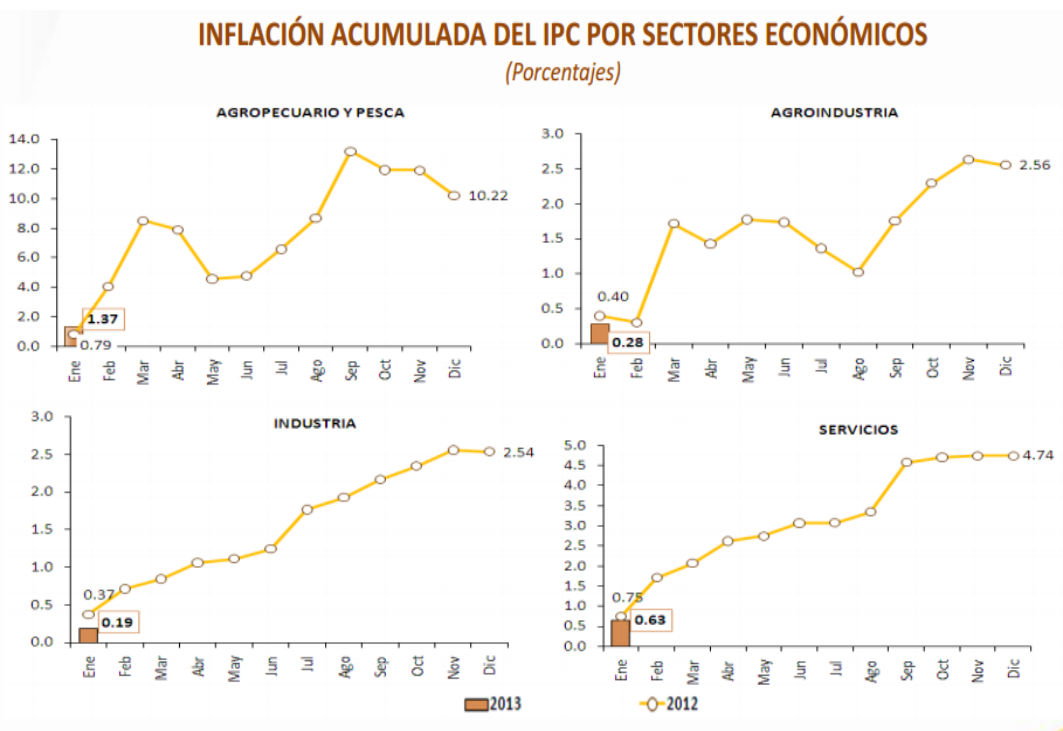
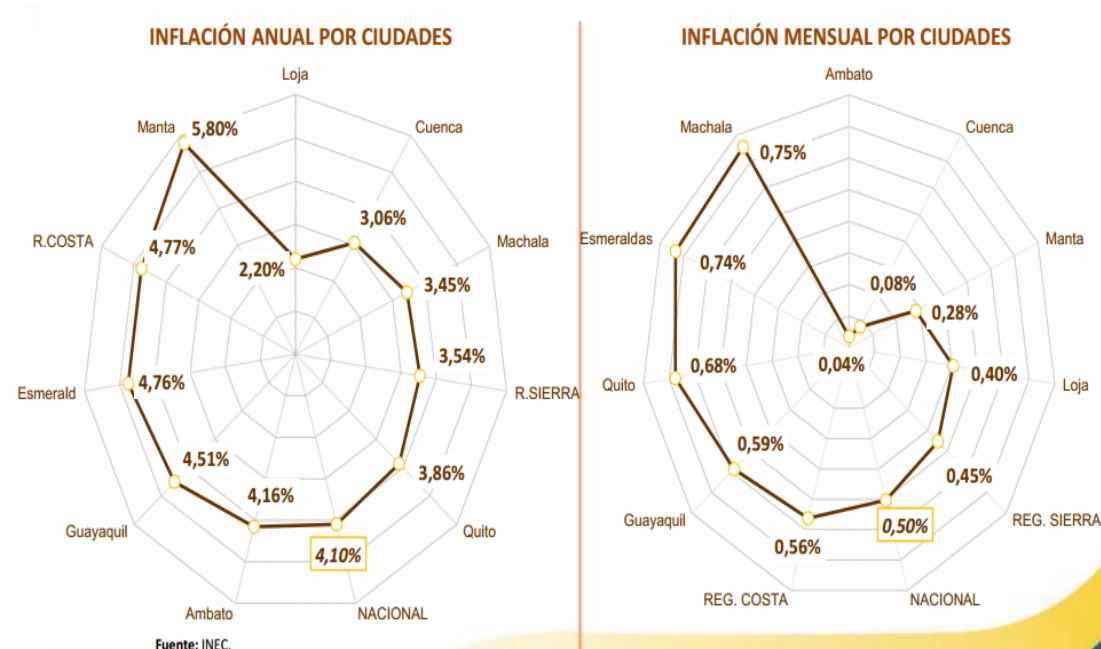


Gráfico N° 3: Inflación Anual por ciudades

Fuente: Banco Central



Según el Banco Central del Ecuador indica que en mes de enero 2013, Manta, Esmeraldas, Guayaquil y Ambato, registraron la mayor inflación anual por sobre el promedio general (4.10%); en tanto, en la inflación mensual (0.50%) la mayor variación se registró en Machala, Esmeraldas, Quito y Guayaquil, mientras que la tasa de interés pasiva aún se mantiene desde octubre 2011 en 4.53%, de acuerdo a la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Ecuador ha sido el tercero de cinco países de la región en registrar considerables cifras de crecimiento.

Según las cifras, de un grupo de 17 países analizados, en su mayoría de América Latina, Ecuador registra una inflación anual de 4.10%, por debajo del promedio.

A continuación detallaremos los resultados más significativos analizados en el mes de Enero del 2013:

- ✚ La inflación mensual (0.50%) vuelve a incrementarse luego de la deflación de diciembre 2012 (-0.19%).
- ✚ Las 8 ciudades investigadas registran inflación con 4 de ellas por sobre el promedio general: Machala, Esmeraldas, Quito y Guayaquil.
- ✚ En las 8 ciudades, excepto Manta, ciertos ítems de Bebidas Alcohólicas y tabaco se encarecen debido a la vigencia de la Ley de Fomento Ambiental a través del Impuesto de Consumos Especiales ICE.
- ✚ Ciertos ítems de la división de los Alimentos y Bebidas No alcohólicas se encarece en Machala, Esmeraldas, Guayaquil y Manta.
- ✚ La división de Restaurantes y Hoteles se encarece en ítems como el Almuerzo, Hamburguesa y Sándwich, situación que se evidenció en Esmeraldas, Quito y Guayaquil.
- ✚ La división del Transporte se encarece para el rubro de Automóvil debido a la vigencia de aranceles de importación fenómeno que se evidenció en Loja, Cuenca y Ambato.
- ✚ La división de Salud se encarece en Machala y Cuenca; ciertos ítems de la división de Prendas de Vestir se encarecen por costos de fabricación de materias primas, fenómeno que se sintió en Loja y Manta.

Como factor preponderante se puede destacar que el incremento de MIPYMES en el país ha permitido disminuir la tasa de desempleo, un estudio del INEC, sobre la evolución del mercado laboral en Ecuador, fue realizado en 127 centros urbanos incluidas las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato.

Así, en Quito se advierte que el desempleo alcanza el 4,2%; mientras en Guayaquil llega al 5,7%; en tanto, que en Cuenca es del 4,1%; en Machala, el 4,9% y en Ambato, el 4,8%.

Asimismo, la tasa de subempleo nacional alcanza la menor cifra en este mismo periodo. En este tercer trimestre, entre junio y septiembre de 2011, se advierte que alcanza el 45,7%. A diferencia del 53,7% registrado en junio de 2007, cuando se advierte la cifra máxima.

Respecto al subempleo se observa que Quito tiene el 29%; mientras que Guayaquil, el 44,3%; Cuenca, el 41,2%; Machala, el 46,7%; y Ambato, el 40,8%. Otros resultados del estudio señalan que la tasa de ocupados plenos registra su nivel más alto desde 2007; llegando al 47,9%. En este indicador, Quito tiene el 64,5%; Guayaquil, 49,3%; Cuenca, 54,3%; Machala, 47,9%; y Ambato, el 54,1%.

La tasa de desempleo en Ecuador durante 2012 se ubicó en 4,8 por ciento, la cifra más baja de su historia, y al Marzo 31 del 2013 es de 4.64%, con una reducción de la pobreza de siete puntos porcentuales y un crecimiento en el sector no petrolero en un 8,5 por ciento, la víspera que los ecuatorianos van “por una buena senda económica, que debemos aprovechar”. También debemos que ver la importancia del apoyo de los empresarios para el desarrollo del país y la generación de empleos.

Por primera vez en la historia, las familias ecuatorianas pueden cubrir un 93 por ciento de la canasta básica con sus ingresos, mientras que antes de 2007 cuando llegó Rafael Correa a la Presidencia llegaba sólo al 60 por ciento de la cobertura.

En gran parte este incremento se debe al proyecto para el fomento de las MIPYMES ecuatorianas llevado a cabo por el Estado. Cuyo objetivo es mejorar la productividad y competitividad de micro, pequeñas y medianas empresas de forma individual o asociadas entre sí que sean productoras de bienes o servicios con valor agregado, para que su producción sea de calidad y acceda a mercados nacionales e internacionales, fomentando la

oferta exportable ecuatoriana a través de cooperaciones técnicas no reembolsables.

MONTO:	USD 28'598.005,40
PLAZO DE EJECUCIÓN:	3años
AMBITO DE ACCIÓN:	Nacional
RESPONSABLE:	Subsecretaría de MIPYMES y artesanías

Factor Socio- cultural:

Gráfico Nº 4: Evolución del Mercado Laboral



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

los problemas que se presenten en las empresas en materia tributaria y dentro del marco legal vigente.

Factor Político Legal:

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

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

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

Factor Tecnológico

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

Análisis del Micro entorno

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

ANÁLISIS DE PORTER EN FUNCIÓN DEL SECTOR

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

Amenaza de entrada de nuevos competidores.

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

La rivalidad entre los competidores

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

Bajo esta premisa y de acuerdo a la Superintendencia de Compañías existen 279 compañías legalmente constituidas que ofrecen sus servicios de consultoría y asesoría y outsourcing en Guayaquil.

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

Poder de negociación de los proveedores

Siendo un servicio en el que prevalece el intelecto, no existe mayor influencia o presión por parte de los proveedores. Sin embargo es muy

positivo mantener muy buenas relaciones con los proveedores ya que en algún momento podrían llegar a convertirse en nuestros clientes.

La empresa seleccionará el talento humano calificado, a través del servicio que ofrece el Programa Socio Empleo del MRL y del Colegio de Contadores Públicos del Guayas. También se contará con una diversidad de asociados vinculados fundamentalmente a la provisión de equipo, licencias y prestación de servicios informáticos; equipamiento de áreas administrativas publicidad; suministros y mantenimiento.

Poder de negociación de los clientes

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

El actual entorno, ejerce presiones legales, económicas, sociales y de mercado, esto a su vez ha incidido en los requerimientos cada vez más exigentes de las empresas en cuanto a contar con personal altamente capacitado y confiable. Sin embargo se incrementa constantemente la necesidad de contratar servicios contables, tributarios y financieros externos. Con lo cual a más de garantizar contar con servicio de eficiente, eficaz y actualizado, permite también mantener el sigilo y reserva que muchos inversionistas consideran prioritario, también se puede considerar como ventaja el hecho que no se dependerá de un empleado al mantener servicios externos.

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

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

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

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

Los criterios usados para sustituir podrían encontrarse considerando:

a. Sustitución desde el Punto de Vista de la Demanda

Las tendencias de sustitución son percibidas como funciones similares o muy relacionadas, esto es aquellas empresas que oferten los servicios contables, tributarios y financieros. Desde esta perspectiva se puede considerar las similitudes en cuanto a oferta de paquetes de servicios. Al tomar en cuenta esta variable existirían 1911 empresas en Guayaquil que ofertan los mismos paquetes de servicios, de entre las cuales podrían escoger los potenciales clientes.

b. Sustitución desde el Punto de Vista de la Oferta.

El enfoque desde el punto de vista de la oferta comienza con todos los competidores que posiblemente podrían atender la misma necesidad. Esto da un panorama diferente porque explícitamente se puede considerar las similitudes en cuanto a modalidad de servicio, la oferta prácticamente se triplica, pues, casi todas las empresas trabajan bajo procedimientos similares de trabajo.

c. Sustitutos por necesidad

Si se consideran dos parámetros: Cumplir con la legislación ecuatoriana y el poder adquisitivo, se pueden mencionar como sustitutos: Empresas y Asesores independientes del exterior ofreciendo servicios on-line.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Definición de la Población

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, por lo cual la población que se considerará en la investigación de mercado, está compuesta por las MIPYMES existentes en el área urbana. De ésta se obtendrá una muestra representativa, utilizando los métodos estadísticos que para el efecto existentes.

Mercado Potencial:

El mercado potencial para el proyecto está conformado por las MIPYMES existentes en la ciudad de Guayaquil sin importar el sector al que pertenecen.

Modalidad de la Investigación

En nuestro proyecto de Creación de una Consultora Tributaria para MIPYMES se utilizará una investigación de tipo no experimental, puesto que en este proyecto no se verán afectadas las variables consideradas en la creación de la Consultora y además será de diseño transversal o transaccional ya que los instrumentos o técnicas a utilizarse en la investigación de este proyecto serán: La encuesta y la información de datos históricos y se van aplicar en un solo momento en el tiempo, es decir que dicho diseño o formato será utilizado una sola vez la muestra especificada.

INVESTIGACION DE MERCADO

Procedimiento de Recolección de Datos

Nuestra investigación será de tipo descriptiva porque en nuestro estudio si podremos sustentarnos con información para la Creación de la Consultora para Micro, Pequeña y Mediana Empresa para asesorar en sus obligaciones contable, tributaria y financiera, que de acuerdo a las técnicas de investigación utilizadas como son la encuesta y datos históricos podremos encontrar características específicas de la muestra tomada para la investigación en la cual estableceremos e identificaremos de manera clara y precisa los parámetros tanto en comportamiento, necesidades, problemas y conducta de los potenciales clientes para nuestro proyecto.

En este estudio podremos reafirmar la investigación con las hipótesis antes mencionadas. Con los datos obtenidos se realizará una línea de base de las necesidades que tienen las MIPYMES en lo referente al tratamiento de su contabilidad, tributación y finanzas.

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

Diseño de la Investigación de Mercado

La investigación de mercado permitirá conocer el grado de aceptación de la empresa de servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría para MIPYMES en la ciudad de Guayaquil. Se espera que la investigación nos lleve a:

- ✚ Determinar las características del manejo y control contable, tributario y financiero de las MIPYMES.
- ✚ Precisar los problemas y necesidades que enfrentan las MIPYMES en el aspecto contable, tributario y financiero.

- ✚ Determinar si las MIPYMES están interesadas en los servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría.
- ✚ Determinar si las MIPYMES están dispuestas a contratar los servicios contables, tributarios, financieros y de asesoría, para el manejo y control interno.

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo seleccionado es el aleatorio simple (m.a.s.) con selección aleatoria, porque cada unidad seleccionada tuvo la misma oportunidad de ser elegida como cualquier otra unidad participante de la muestra.

Marco de muestreo

Los datos para realizar la muestra se tomó de la lista del último censo económico realizado en el año 2010 por el INEC. Está compuesto de las siguientes variables.

Cuadro Nº 3: Variables para Muestreo de las MIPYMES

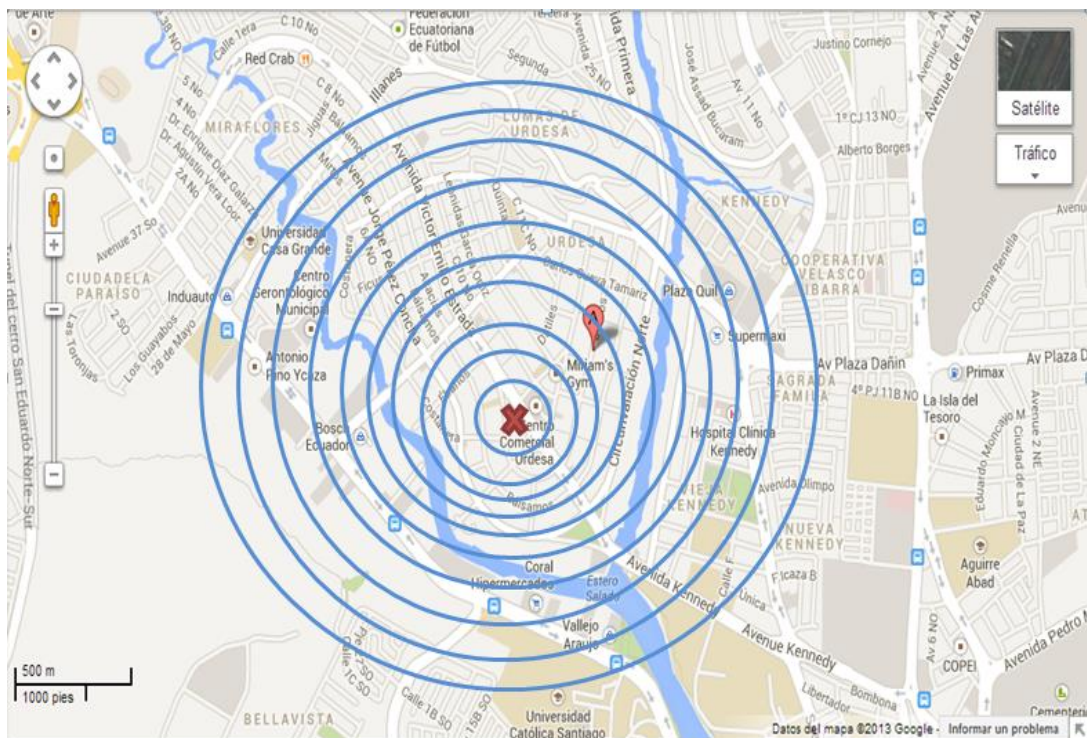
VARIABLES	APLICACIÓN
Conocimientos	Establecer el conocimiento contable, tributario y financiero del dueño o administrador de la MIPYME
Características del Manejo y Control financiero	Determinar cómo se desarrolla, si existe control o no
Importancia de los servicios	Establecer el grado de importancia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

SELECCIÓN DEL MERCADO META DE NUESTRO PROYECTO

Después de haber realizado el estudio del mercado en base a los 99.952 MIPYMES existentes en la ciudad de Guayaquil; nos dimos cuenta que en la parte nor-este de la ciudad de Guayaquil existe una gran parte de MIPYMES.

Por otro lado; en vista al tiempo y al factor económico que conllevará llegar a todos estos futuros clientes vamos a tomar nuestro mercado meta según la brecha analizada por medio del método de radio de la parte nor-este de la ciudad de Guayaquil.

Gráfico N° 5: Brecha Mercado Meta



Cuadro N° 4: Información según la Brecha en el Noreste de Guayaquil

Descripción	Brecha 1	Brecha 2	Brecha 3	Brecha 4	Brecha 5	Brecha 6	Brecha 7	Brecha 8	Brecha 9	Brecha 10	Total
Microempresarios	17	15	20	25	28	30	35	17	13	9	209
Pequeña Empresa	9	8	10	13	14	15	18	9	7	5	105
Mediana Empresa	2	2	3	3	4	4	4	2	2	1	26
											340

Diseño del formulario

El diseño de los formularios se realizó en base a:

1. Los Objetivos planteados en la propuesta: creación de la Empresa de Servicios Contables y Tributarios que deben ser aplicables a los propósitos de la encuesta.
2. Las variables a desarrollar se dividen en: Endógenas y Exógenas.
3. Las variables están conformadas por: números y valores, desagregados en forma clara y sencilla clasificados de la siguiente manera:

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

Operativo de campo

Para la recolección de datos de las MIPYMES se la realizó mediante encuestas a los establecimientos puerta a puerta, se mantuvo reuniones con profesionales y expertos del sector.

Procesamiento de la información

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

En este programa podemos categorizar las variables que van a ser utilizadas para realizar el análisis del aspecto contable y tributario de las MIPYMES en Guayaquil.

Tabulación y Análisis

En base a la encuesta realizada a las MIPYMES de Guayaquil, se obtuvo información que permite realizar el diagnóstico del manejo y control de su contabilidad, tributación y finanzas, contando de esta manera con información actualizada que permitirá clarificar la factibilidad de crear la empresa de asesoría y servicios contables y tributarios. Facilitará la elaboración del plan estratégico que contendrá las estrategias directivas, los planes de acción.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Para el proyecto utilizaremos las técnicas de:

La encuesta por medio de las preguntas tendremos un panorama más claro de las expectativas y necesidades de los potenciales clientes.

Las preguntas van dirigidas en varios puntos importantes:

- ✚ La identificación de la competencia, el entorno geográfico en el cual se desenvuelve, identificación de los servicios ofrecidos.
- ✚ También se verán dirigidas las preguntas hacia el análisis de los potenciales clientes quienes nos permitirán saber si la actual consultora llena sus expectativas de acuerdo a la calidad, factibilidad y entorno en el cual se desenvuelve su negocio

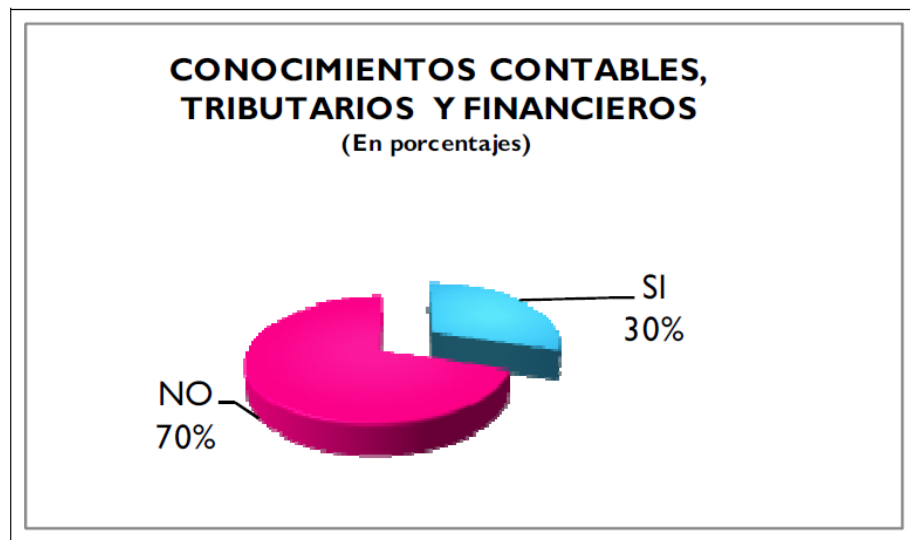
El objetivo de la encuesta es establecer el grado de aceptación de la Consultora Contable, Tributaria y Financiera mediante la aplicación de las herramientas de investigación podremos obtener los datos básicos que nos servirán para dirigir nuestras estrategias y al mismo tiempo conocer la situación real de los contribuyentes.

Análisis de las encuestas

Se realizaron 102 encuestas a los propietarios o representantes legales tomando solo el 30% en base a nuestra brecha de 340 MYPIMES en la parte noreste de la ciudad de Guayaquil y se obtuvieron los siguientes resultados.

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

Gráfico N° 6: Conocimientos Contables de MIPYMES

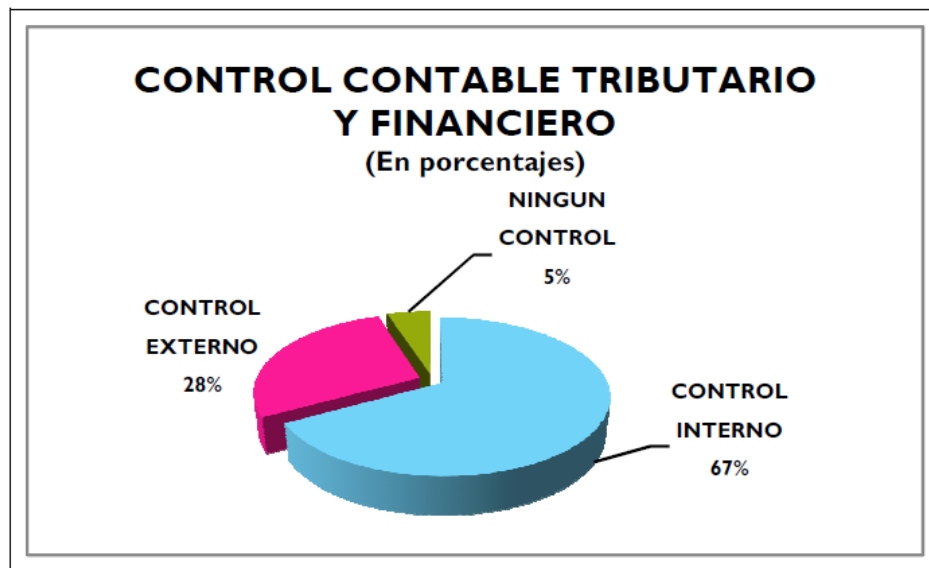


De acuerdo a la información obtenida en las encuestas se puede evidenciar que un 30% tiene conocimientos en contabilidad, tributación y finanzas. El 70% de las MIPYMES encuestadas no tienen conocimientos, lo cual ha provocado problemas en el manejo y control interno.

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

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

Gráfico N° 7: Control Interno MIPYMES



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

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

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

Gráfico N° 8: Importancia de la Asesoría para las MIPYMES

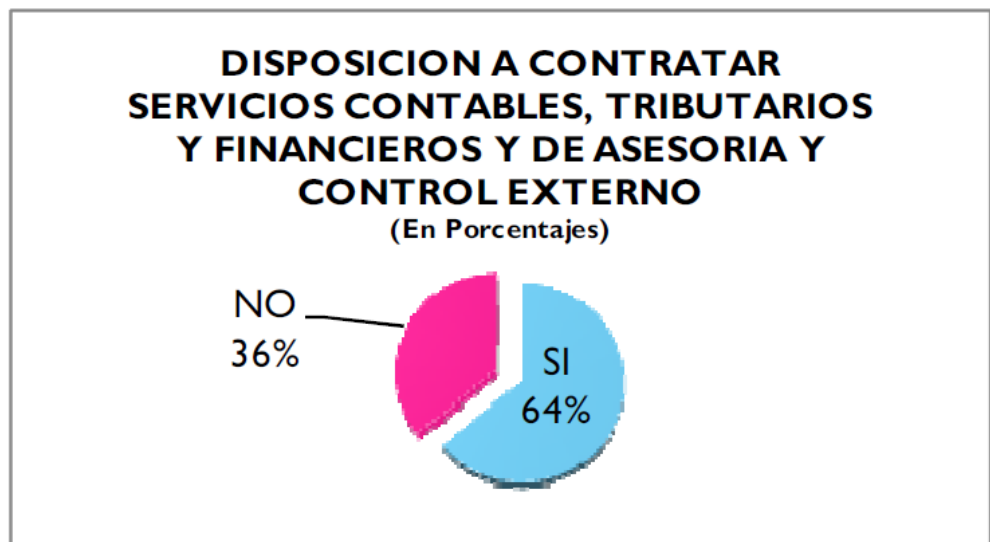


El 97% de las MIPYMES encuestadas consideran que las políticas que rigen el SRI y en general la administración tributaria, han dado un cambio contundente; por lo cual, el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera ha tomado un papel preponderante, ya que permite conocer y cumplir con eficiencia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

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

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

Gráfico N° 9: Disposición a Contratar el Servicio

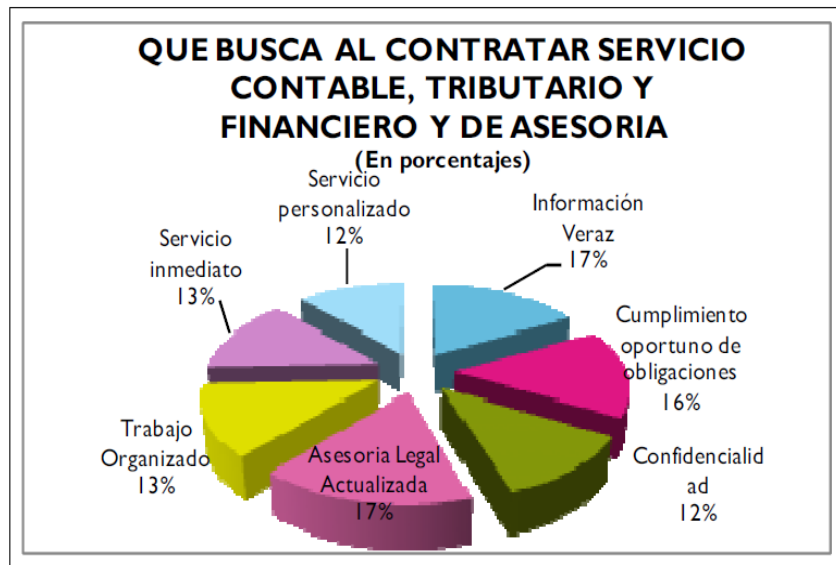


De acuerdo a las encuestas realizadas se puede observar que el 64% de las MIPYMES encuestadas están dispuestas a contratar los servicios externos. En cambio el 36% no consideran necesario.

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

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

Gráfico N° 10: Exigencias al Contratar el Servicio

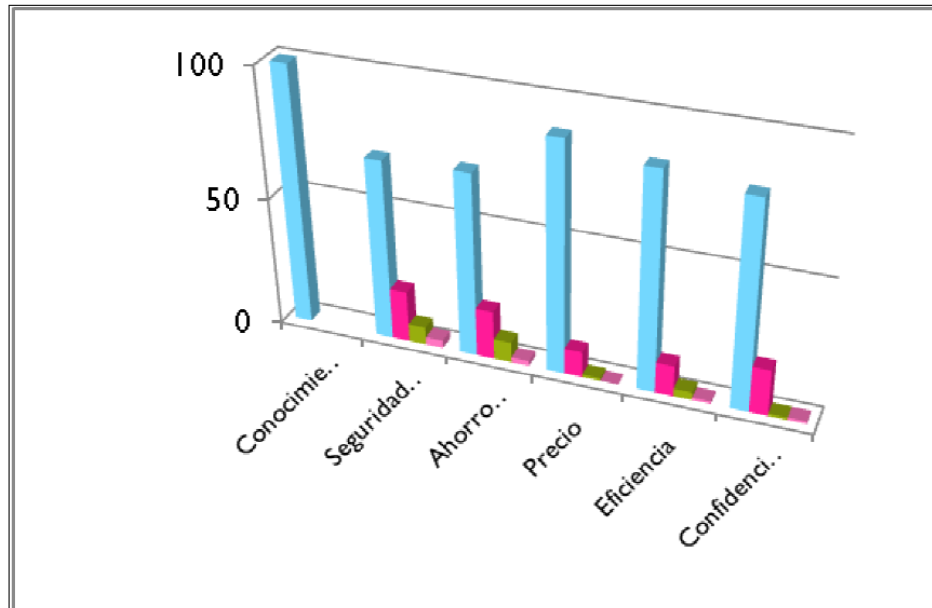


Las MIPYMES buscan un proveedor de servicios contables, tributarios y financieros y/o de asesoría que le asegure contar con información Veraz, en base a la cual tomar decisiones, con un 17% contar con asesoría legal actualizada consideran importante con un 17%, el cumplimiento oportuno de obligaciones el 16%, con respecto a servicio inmediato y el trabajo organizado con un 13%, contar con servicio personalizado y confidencial tienen un 12%.

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

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

Gráfico N° 11: Valoración del Servicio al Momento de Contratarlo

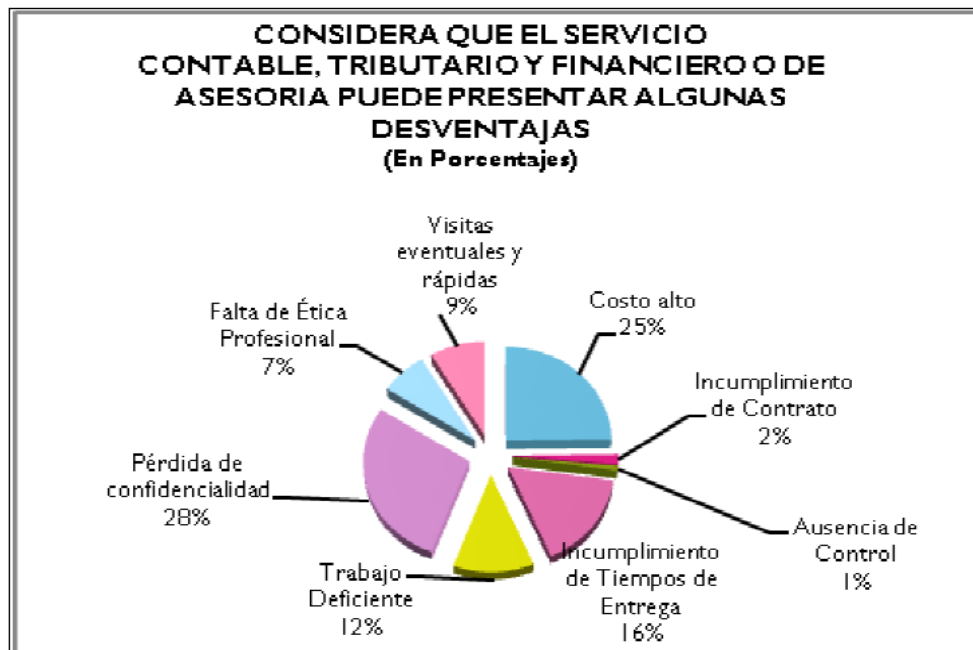


Las MIPYMES encuestadas, consideran que en el servicio contable, tributario, financiero y de asesoría, el valor que más influye en la decisión de contratar a un proveedor determinado es el conocimiento, en segundo lugar el precio, luego el trabajo eficiente, después la confidencialidad de la información,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

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

7) ¿Considera que el servicio contable, tributario y financiero o de asesoría, puede presentar alguna o algunas de las siguientes desventajas?

Gráfico N° 12: Desventajas del Servicio Externo



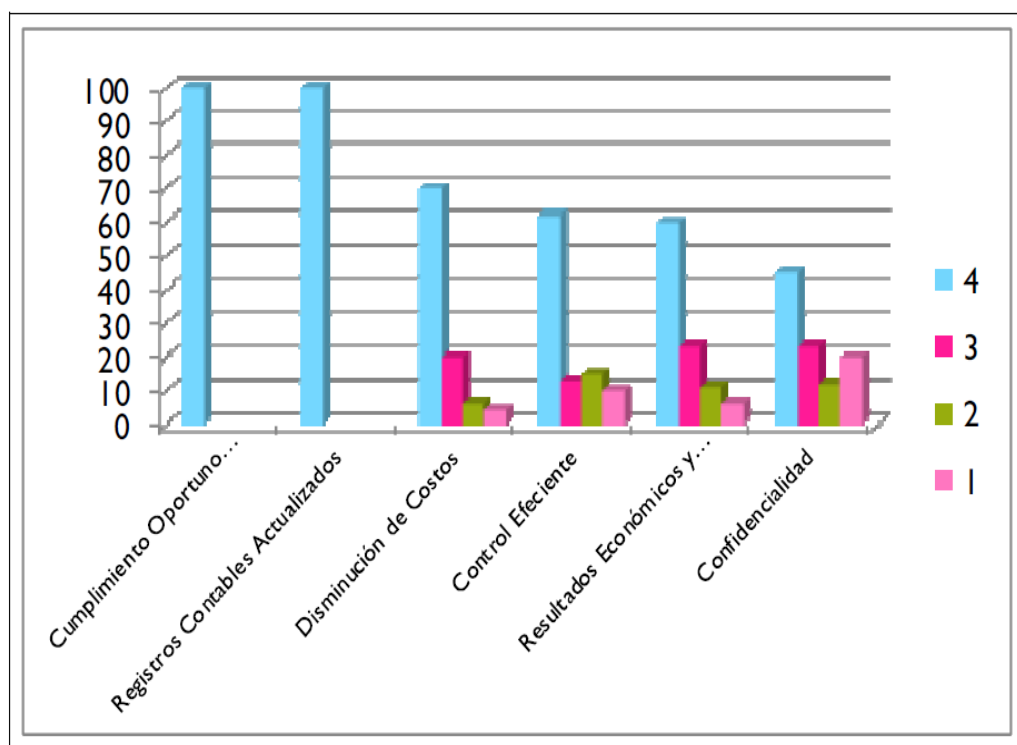
De acuerdo a la encuesta realizada, se evidencia el temor a perder la confidencialidad al contratar los servicios externos con un 70%, consideran como otra desventaja el costo alto con 61% que podría representar contratar el servicio de una empresa con personería jurídica. La falta de seriedad al incumplir los tiempos de entrega 40%, también es considerada como una desventaja importante. El trabajo deficiente con un 30% es considerado, las visitas eventuales y rápidas con un 21%, falta de ética profesional con el 18%.

Es necesario demostrar a las MIPYMES que el profesionalismo y ética son las características fundamentales de nuestro actuar y que estará

presente en cada servicio que preste la empresa. Además que los precios que la empresa cobrará por los servicios ofertados serán asequibles.

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

Gráfico N° 13: Beneficios al Contratar el Servicio (4 el puntaje más alto)



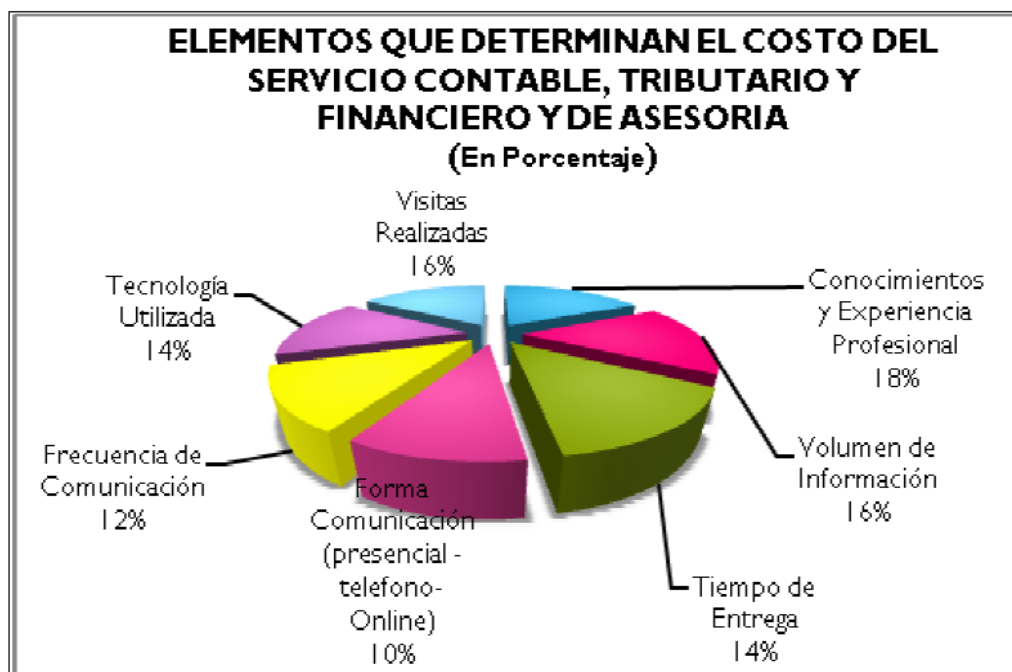
De acuerdo a la encuesta realizada, las MIPYMES calificaron los beneficios de contratar el servicio de la siguiente manera: el cumplimiento de obligaciones es considerado el principal beneficio que esperarían obtener, en segundo lugar contar con registros contables actualizados, en tercer lugar la

disminución de costos, proporcionar un control eficiente, resultados económicos y financieros reales y la confidencialidad.

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

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

Gráfico N° 14: Elementos que Determinan el Costo del Servicio



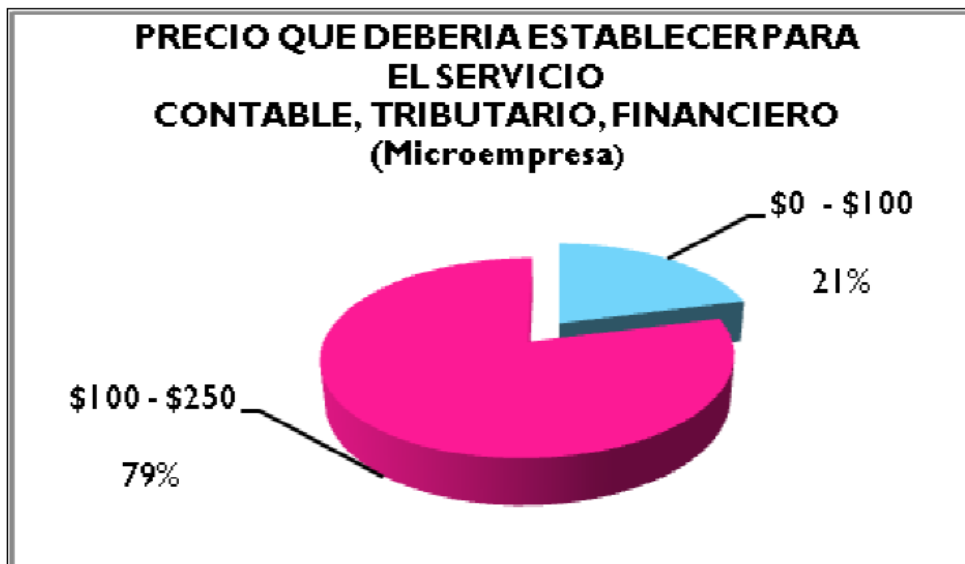
Las MIPYMES encuestadas consideran como el factor principal para determinar el costo es el conocimiento con un 18%, el volumen de

información y las visitas realizadas con el 16%, la tecnología utilizada y el tiempo de entrega con un 14% cada uno, la frecuencia de comunicación con el 12% y la forma de comunicación con un 10%.

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

10) De acuerdo al volumen de transacciones comerciales que realiza su empresa ¿Qué precio se debería establecer para el servicio contable, tributario y financiero?

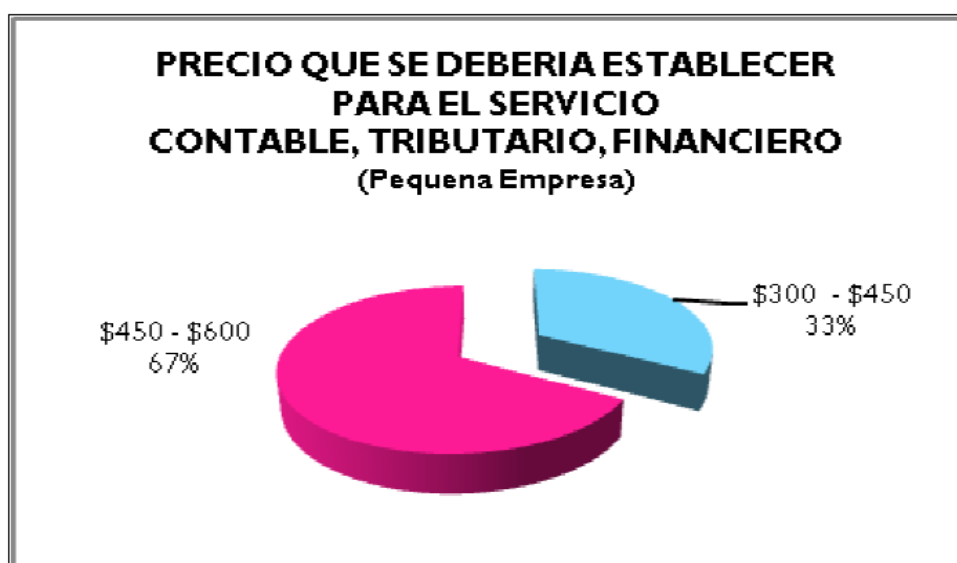
Gráfico N° 15: Precio del Servicio para Microempresarios



De acuerdo al volumen de las transacciones comerciales, el 21% de las microempresas consideran que el precio debería ser de hasta \$100 USD y el 79% considera que debería ser de \$100 a \$250.

Considerando que el volumen de transacciones realizadas por una microempresa no es tan grande, se puede considerar que el servicio que requieran será ágil y rápido.

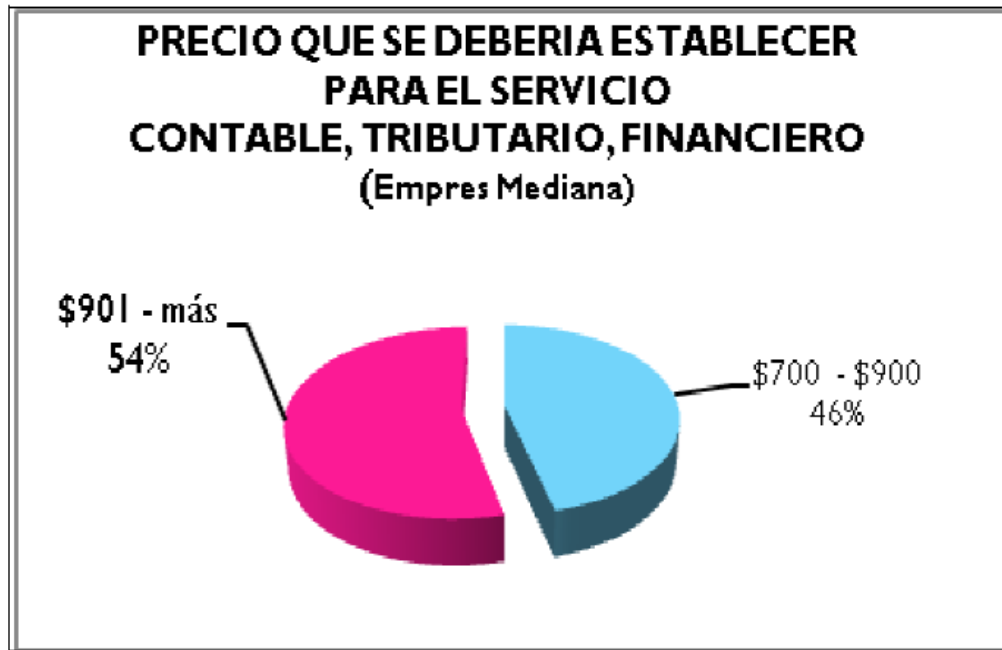
Gráfico N° 16: Precio del Servicio para Pequeñas Empresas



De acuerdo al volumen de las transacciones comerciales, el 33% de las pequeñas empresas consideran que el precio por el servicio debería ser de hasta \$450 y el 67% considera que debería ser de hasta \$600.

Dentro de las MIPYMES podría ser el grupo más atractivo para ofertar los servicios de la empresa, ya que el volumen de transacciones realizadas por estas empresas obliga a contar con un contador dentro de la empresa y esto podría acarrear más costo para la empresa que el contar con servicio externo.

Gráfico N° 17: Precio del Servicio para Empresas Medianas



De acuerdo al volumen de las transacciones comerciales, el 52% de las empresas medianas consideran que el precio por el servicio debería ser de hasta \$900 y el 48% considera que debería ser de \$901 - más.

Este grupo de empresas que tienen un volumen considerable de ventas, precisa contar con eficiente servicio contable, tributario y financiero, que muchas de las veces el servicio interno con el que cuenta es deficiente o desactualizado; por lo cual, requieren el servicio de asesoría que les permita cumplir con sus obligaciones de manera eficiente y eficaz.

Análisis General:

De acuerdo al resultado de las encuestas realizadas a las MIPYMES en el Sector Noroeste de la ciudad de Guayaquil se puede evidenciar aspectos fundamentales que deben ser tomados muy en cuenta por la empresa.

- ✚ Los conocimientos sobre contabilidad, tributación y finanzas es muy bajo lo cual causa problemas en el manejo económico y financiero. Pues alcanza el 30% del total de MIPYMES encuestadas.
- ✚ El 67% de las MIPYMES ejercen el control interno de manera directa sin contar con los instrumentos necesarios para lograr resultados eficientes por carecer de conocimientos especializados.
- ✚ Casi el 100% de las MIPYMES consideran que el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera es importante para el desarrollo de sus actividades.
- ✚ El 64% de las MIPYMES estarían dispuestas a contratar el servicio externo por lo cual es una oportunidad para los intereses de la empresa.
- ✚ Las MIPYMES esperan encontrar un servicio con características que respondan a sus necesidades de: confidencialidad, asesoría legal, cumplimiento oportuno de sus obligaciones entre otros.
- ✚ Las MIPYMES consideran que el conocimiento es el elemento principal de un servicio eficiente siempre que este acompañado de ética.
- ✚ El 70% de las MIPYMES manifiestan que al contratar el servicio pueden perder la confidencialidad de su información.
- ✚ Para las MIPYMES el costo es considerado un aspecto que limita o impide la contratación del servicio; ya que, existe una fuerte percepción entre las MIPYMES de que el mejor servicio es el más

costoso. Por lo cual existe la oportunidad de demostrar que se puede ofrecer servicio de calidad a precio accesible.

- ✚ El volumen de transacciones es un factor determinante en la fijación de precios de los servicios que ofertará la empresa.

RELACION DE LAS CUATRO P'S

Producto o servicio.

Servicio

Nuestro Proyecto, ofrecerá sus servicios a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), ubicado en el nor-este de la ciudad de Guayaquil, de todos los sectores económicos (comerciales, productoras y de servicios).

Brindará el servicio de asesoría contable, tributario y financiero a MIPYMES con la finalidad de solucionar los problemas existentes. Y posteriormente, convertirnos en el sinónimo de solución permanente de los problemas contables, tributarios y financieros.

La empresa ofertará sus servicios priorizando la accesibilidad de los clientes. Por lo cual se tomará en cuenta el tiempo requerido para prestar el servicio, el volumen de la información y el tipo de proyecto solicitado por el cliente.

Levantamiento del cliente y Reconstrucción Contable

El futuro proyecto, para MIPYMES, realizará las siguientes acciones antes de empezar a prestar el servicio:

- ✚ Informar a los clientes potenciales con la entrega de publicidad e información sobre los servicios que oferta la empresa.
- ✚ Toma de datos clientes potenciales.
- ✚ Contactar a clientes para programar visita.
- ✚ Ofertar los servicios y conocer información general de la empresa.
- ✚ Preparar un proyecto ajustado a las necesidades del cliente y poner en su consideración indicando las ventajas de su aplicación y beneficios a obtener.
- ✚ Seguimiento de oferta y proceso de negociación.
- ✚ Levantamiento de documentación e información.
- ✚ Levantamiento de la información contable, tributaria y financiera del cliente.
- ✚ Establecer el procedimiento para el proceso:
 - ✚ Contabilidad nueva.
 - ✚ Contabilidad existente aprobada.
 - ✚ Contabilidad existente que requiere auditoría.

Una vez que se haya firmado el contrato con el cliente, en una situación estándar se aplicara el siguiente flujo del proceso contable.

Servicio de Asesoría

La futura empresa ofrecerá a las MIPYMES los siguientes servicios de asesoría:

Servicio de Asesoría Contable

Consiste en orientar, guiar, aconsejar, enseñar al cliente durante todo el proceso contable o en cualquier etapa del mismo. Estos pueden ser:

- ✚ Organización de la contabilidad y sus registros.
- ✚ Asesoría en todas y cada una de las etapas del proceso contable.
- ✚ Implantación de sistema contable.
- ✚ Revisión de sistema contable existente en la empresa.

- ✚ Elaboración del plan de cuentas e inicio de los registros.
- ✚ Elaboración de Roles de Pago.
- ✚ Elaboración de Beneficios Sociales.
- ✚ Elaboración de Planillas del IESS.
- ✚ Elaboración de Presupuestos.
- ✚ Levantamiento y Control de Activos fijos.
- ✚ Elaboración de Estados Financieros.
- ✚ Actualización de la información contable.
- ✚ Libros contables.
- ✚ Conciliaciones y revisiones.
- ✚ Desvinculación laboral (Liquidación final de haberes. Acta de finiquito e inscripción).

Servicio de Asesoría Tributaria

Asesorar en el manejo, control y cálculo de obligaciones impuestas por los organismos de control: SRI, Superintendencia de Compañías y Municipio. Se puede considerar los siguientes servicios:

- ✚ Declaraciones mensuales de impuestos.
- ✚ Declaraciones del impuesto a la renta.
- ✚ Anticipos del impuesto a la renta.
- ✚ Anexos de Impuestos.
- ✚ Impuestos a los consumos especiales.
- ✚ Impuesto Predial y patente.
- ✚ Pago Superintendencia de Compañías.
- ✚ Impuestos aduaneros.
- ✚ Le brindamos gestión integral para la ejecución, control y seguimiento en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, y en la regularización general del contribuyente en todo tema tributario ante la Administración Tributaria.
- ✚ Comprende todo tipo de consulta de índole tributario a través de medios

telemáticos y en línea que le permitirán tomar decisiones inmediatas de forma acertada.

- ✚ Consultas de las diferentes disposiciones normativas y procedimientos de la administración tributaria.
- ✚ Ingeniería Tributaria: Combinamos los recursos de su empresa y de nuestra empresa, para aprovechar sus fortalezas internas y nuestras mejores prácticas a fin de mejorar sustancialmente la planeación y control de sus impuestos con lo cual conseguirá maximizar sus beneficios.

Productos Tributarios

- ✚ Formulario 103 Declaración Retención .en la fuente de Impuesto a la Renta.
- ✚ Formulario 104 Declaración del Impuesto al Valor Agregado.
- ✚ Formulario 104 A Declaración IVA de Personas Naturales No Obligadas llevar contabilidad.
- ✚ Formulario 102 Declaración del Impuesto a la Renta de personas naturales.
- ✚ Formulario 102 A Declaración. Impuesto Renta de P.N. y sucesiones indivisas no obligadas a llevar contabilidad.
- ✚ Formulario 107 Comprobante. Retención de impuesto renta por ingresos del trabajo en relación de dependencia.
- ✚ Anexos transaccionales para contribuyente especial.
- ✚ Anexos en relación de dependencia.
- ✚ Anexos de retención en la fuente por otros conceptos (todos meses).
- ✚ Anexos de Declaración patrimonial (Formato) una vez año.
- ✚ Obtención de clave para declaraciones por internet.
- ✚ Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- ✚ Pago indebido / exceso de Impuesto a la Renta.

Servicio de Asesoría Financiera

Este servicio presenta una importancia invaluable, ya que permitirá establecer la situación económica y financiera de la MIPYME en base de la cual sus administradores o sus directivos podrán tomar decisiones de una manera más acertada. El servicio está compuesto de:

- ✚ Análisis financiero utilizando razones financieras.
- ✚ Análisis financiero horizontal y vertical.
- ✚ Análisis financiero considerando los índices del sector económico.
- ✚ Elaboración de informe y presentación de sugerencias y recomendaciones.
- ✚ Elaboración de Presupuestos.
- ✚ Elaboración de Estados Financieros.

Precio

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

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

Nuestro proyecto, fijará precios competitivos que le permitan posicionarse en el mercado. El precio fijado de acuerdo al volumen de transacciones comerciales realizadas por la empresa será: para las

Microempresas desde \$100USD. Para las Pequeñas Empresas desde \$300 USD y para las Medianas Empresas desde \$600USD.

Los precios varían y van de acuerdo al abanico de opciones que se ofrece y el presupuesto de los clientes.

Plaza

Nuestro servicio inicialmente se ofrecerá en el sector noreste de Guayaquil, luego nos iremos expandiendo a medida que vayamos captando más clientes.

Es importante resaltar el objetivo inicial es lograr mantener el servicio, satisfaciendo las necesidades requeridas para conseguir el crecimiento de la empresa.

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

Las instalaciones estarán ubicadas en el sector noreste de Guayaquil. Ubicación que nos permitirá estar siempre cerca de nuestros clientes y dispuestos a ofrecer un servicio ágil e inmediato.

Promoción:

Las técnicas de promoción y publicidad van dirigidas a los potenciales clientes que pueden ser empresas y/o negocios medianos y pequeños.

El proyecto con la finalidad de dar a conocer la organización, los servicios y beneficios que ofrecerá, utilizará aquellos mecanismos que permitan el acercamiento a los clientes potenciales, que permita lograr un acercamiento con los clientes potenciales. Entre los cuales tendremos:

- ✚ Visitas diferentes entidades educativas y empresas tanto dentro de la ciudad como de sus alrededores.
- ✚ Promoción en página Web, incluyendo la información completa de nuestra Consultora.
- ✚ Pautar en medios de comunicación locales: Radio, Televisión local, Periódico.
- ✚ Desarrollo de charlas, conferencias, seminarios, gratuitos para MIPYMES.
- ✚ Realizar contactos con Subsecretaría de MIPYMES (MIPRO), Cámara Pequeña Industria, Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (MIES)
- ✚ Participar en ferias para emprendedores, artesanos y MIPYMES, etc.
- ✚ Entrega de publicidad e información sobre los servicios que oferta la empresa por medio de Volantes o Folletos.
- ✚ Utilizar los servicios de un especialista en ventas, para que tome contacto con clientes potenciales y oferte nuestros servicios.
- ✚ En general ofertando un servicio personalizado eficiente con calidez y calidad. Exhibiendo precios atractivos.

La empresa hará todos los esfuerzos necesarios para mantener contacto permanente con las MIPYMES con la oportunidad de hacer conocer nuestros servicios y novedades de los mismos.

Para lo cual se ubicara un stand en las ferias del MIPRO, MIES y en los colegios profesionales donde se dará a conocer nuestros servicios y se dará asesoría.



Figura N°1: Stand de Empresa

PUBLICIDAD Y MARKETING

MEDIOS PUBLICITARIOS

Para nuestro proyecto nos vamos a dar a conocer por medio de los siguientes medios:

- ✚ Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil.
- ✚ Cámara de Comercio de Guayaquil.
- ✚ Colegio de Contadores de Guayaquil.

Aparte se colocara un Counter Móvil fuera de las Agencias del SRI que se llamara Consultor del Día, en este los microempresarios podrán realizar cualquier consulta gratuita y así llamar su atención y poder captar clientes para nuestra compañía.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

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

El segmento seleccionado corresponde a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) de la ciudad de Guayaquil todos los sectores económicos existentes.

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

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

Establecer la demanda de asesoría y servicios contables y tributarios para MIPYMES, permitirá determinar la cantidad de clientes potenciales, revelará sus necesidades y evaluará la oportunidad de entregar soluciones oportunas y eficaces para el desarrollo de las MIPYMES de Guayaquil.

La empresa tendrá una ubicación estratégica, que sea de fácil acceso y se pueda llegar sin ningún tipo de problemas, por lo cual se ha considerado ubicarlo en el noreste de la ciudad de Guayaquil.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo a la información del Censo Económico realizado en el año 2010 por el INEC, en la ciudad de Guayaquil en el sector norte existen 1.911 empresas que prestan servicios jurídicos y contables, de los cuales 279 realizan actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditorías; consultoría fiscal. Empresas que pueden ser claramente identificadas por muchos clientes potenciales, pero que en su mayoría se enfocan en prestar servicios a empresas con fuerte presencia económica y financiera, generalmente sociedades o compañías, que pertenecen a los grupos de las PYMES, sin tomar en cuenta a las Microempresas.

Sin embargo también forman parte de la competencia los Contadores Públicos Autorizados (CPA) y los Contadores Bachilleres Autorizados (CBA), que trabajan independientemente que generalmente se dedican a prestar servicios a las micro y pequeñas empresas.

CONCLUSION:

Luego de haber analizado los factores externos que pueden influir en la creación de nuestra empresa y en el desarrollo de sus actividades; y de haber realizado ciertas técnicas de Investigación (ENCUESTAS) y sondeo del mercado al cual queremos llegar (MIPYMES), para lo cual hemos considerado ubicarnos en el norte este de la ciudad de Guayaquil y nos hemos enfocado en una brecha de 340 futuros clientes.

Por otro lado, con la técnica de las encuestas pudimos saber en qué parte están fallando las actuales asesorías, la disposición en que los futuros clientes deseen pagar por nuestros servicios.

CAPITULO II

ESTRATEGIAS DE MARKETING

En un mercado tan competitivo, es necesario crear mecanismos que permitan a la empresa posicionarse en el mercado, lograr niveles de crecimiento considerables, conseguir la fidelización del cliente ofreciendo un servicio personalizado de calidad y a un precio competitivo que conduzca al incremento constate de ventas con un margen de rentabilidad que compense el esfuerzo del inversionista.

Este proyecto establecerá las estrategias y desarrollará las acciones necesarias para lograr los objetivos de posicionamiento, desarrollo y rentabilidad que aspira este proyecto.

Objetivos Estratégicos

Consolidar a la **CONSULTORA EFECTIVA** como la empresa más competitiva y moderna en servicios de consultoría tributaria, legal y de capacitación de personal que, con los valores corporativos que mantenemos como empresa, garantice la prestación de un servicio de alta calidad, asegurando la satisfacción de sus clientes.



Posicionar el nombre de la consultora en el primer año será alcanzar el mayor volumen de servicios en el primer año

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

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

Por lo tanto, las estrategias empresariales estarán relacionadas directamente con el fin mismo de la existencia de la organización, el cumplimiento de los anhelos de los inversionistas y el crecimiento sostenible de la empresa.

Vamos a utilizar dos estudios mediante FODA y el otro por medio de Estrategias.

A continuación analizaremos el FODA para nuestro futuro proyecto:

FODA

FORTALEZAS

- ✚ Cumplimiento de fechas (exactitud)
- ✚ Excelente criterio contable
- ✚ Profesionalismo, seriedad, ética
- ✚ Asesoramiento individualizado
- ✚ Dinamismo en la comercialización
- ✚ Asesoría Continua
- ✚ Procesos Organizados
- ✚ Tecnología de Punta, balances, consultas de comprobación
- ✚ Servicio de Primera
- ✚ Precios al alcance del mercado

OPORTUNIDADES

- ✚ Falta de conocimiento de las ventajas de tercerizar
- ✚ Compañías que conocen el sistema pero están descontentos con el servicio actual
- ✚ Mayor cantidad de tiempo para asuntos comerciales
- ✚ Generar ahorro

DEBILIDADES

- ✚ Compañía Nueva
- ✚ Limitados Recursos (económicos, humanos, materia)

Luego de analizar el FODA, hemos identificado algunas estrategias que detallamos a continuación:

Incremento de Rentabilidad

Al examinar el FODA, hemos encontrado como una las principales fortalezas que es el profesionalismo, seriedad, ética que tiene la empresa y podemos la oportunidad de generar ahorro a través de la estrategia de un incremento en la rentabilidad para ello deberíamos desarrollar algunas tácticas como son: a) canales adecuados para comunicar de forma oportuna la información que los clientes por medio de los reportes y periodicidad de los mismos. Cada cliente tiene diferentes necesidades, requiere por lo mismo diferente información en diferentes momentos. La empresa podrá establecer inicialmente las necesidades de información con el cliente y programarse de horma tal lo que entregue de acuerdo a un cronograma previamente establecido. Esto es una de las características predeterminadas de los servicios que la empresa ofrezca y debería incluirse tanto en la propuesto nuevas como en la planificación de los actuales clientes. Otra táctica: sitio seguro, el dictar cursos o talleres de capacitación, para los clientes pueda acceder a su información contable o tributaria mediante computadoras en internet desde sus sitios trabajos, sin depender de los

contadores y a la hora que deseen. Esta opción ya está habilitada en la empresa pero no es utilizada en absoluto por los clientes. Tercera táctica, La empresa proporcionará cuadros explicativos y gráficos de manera personal a cada cliente sobre los cambios en general para su conocimiento, pero esta información será entregado de manera más formal y esto se puede lograr a través de charlas y reuniones con los clientes en general, los mismo que serán convocados con anticipación y en base a un cronograma sobre las charlas que se dictaran semestralmente o trimestralmente de acuerdo a la necesidad.

Incremento de la Productividad

Para poder contrarrestar a la falta de conocimiento que una de las debilidades de la empresa, y tomando en cuenta que una de nuestras fortalezas tendría la asesoría individualizada es que pondríamos como estrategia el incremento de la productividad, para los cual establecemos las siguientes tácticas:

Interpretación e indicaciones

En esta táctica daremos a los clientes además de los balances, estados de resultados, etc. La interpretación de los resultados, en una reunión previamente coordinada con el cliente de acuerdo a una programación preestablecida.

Para que sea comprensible y fácil de interpretar los números que reflejan los balances se implementaría versión gráfica mediante barras o gráficos de manera pastel de fácil comprensión.

Asesoría legal y tributaria

Este punto aparentemente no debería requerir de capacitación adicional, por parte de los contadores, más allá de la que debería tener para realizar su trabajo adecuadamente.

La afirmación presupone que los contadores deben dominar el tema tributario para ofrecer sus servicios con calidad. Esta asesoría se podría dar de diversas maneras a través de visitas, por grupos o individualizados según sea el caso.

Un tema que no podemos descuidar es el de la Planeación Tributaria. Que a través de ello podemos hacer un adecuado seguimiento de los reclamos a los clientes al final de los periodos contables. La propuesta implica ser preventivos en lugar de reactivos, característica de un servicio de calidad.

Optimización del precio y organización de sistemas.

Esta táctica implica la asesoría individualizada como temas generales, dentro de este tipo de servicios se incluiría preparar información solicitada por instituciones financieras al momento de solicitar el crédito.

PROPUESTA ESTRATÉGICA

Según Porter en su libro Estrategias Competitivas (2002) toma como propuestas los siguientes puntos:

🚦 Diferenciación del Producto:

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

🚦 Inversiones de Capital:

La solvencia y liquidez de la empresa, serán una de sus prioridades,

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

La empresa implementará un nuevo concepto de “Servicio de Asesoría Contable, Tributario y Financiero para MIPYMES”.

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

“La ventaja competitiva sustentable depende de la flexibilidad y agilidad organizacionales para cambiar, antes que los competidores, la dirección del negocio (producción y comercialización) hacia las necesidades cada vez más rápidamente cambiantes del mercado. La clave es desarrollar un “nuevo modelo organizacional para la innovación y la competitividad“, basado en el Capital Intelectual. El CI es el factor estratégico y fuente de competitividad en la era del conocimiento. El CI es intangible, no se puede comprar, se cultiva en organizaciones inteligentes que tienen tres rápidamente al cambio.

¿En qué queremos ser diferentes? ¿Qué necesitamos para lograrlo?
Factores críticos de éxito Como empresa: En los productos: En los procesos:
En las relaciones con el cliente:”¹⁰

¹⁰http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

- ✚ Atención y servicio personalizado.
- ✚ Seguimiento continuo de las transacciones comerciales de la empresa.
- ✚ Costo competitivo y atrayente.
- ✚ Uso de mecanismos innovadores de acercamiento a las MIPYMES.
- ✚ Talento Humano en constante capacitación dispuesto y preparado a adaptarse rápidamente al cambio.
- ✚ Uso de Tecnología de punta.
- ✚ Ubicación estratégica.

El siguiente estudio a analizar sería siguiendo ciertas estrategias y a su vez tomando planes de acción:

Las estrategias que el proyecto aplicará son:

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

Realizaremos cuatro planes de acción que se refiere a cada estrategia que se aplicara en el proyecto:

PLANES DE ACCIÓN

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

Cuadro N° 5: Plan de Acción N° 1

OBJETIVOS: Alcanzar los niveles de rentabilidad necesarios para obtener un crecimiento económico apropiado para el desarrollo de la entidad										
ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	DURACION	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS				META	INDICADOR DE GESTION	VALORACION
				H	F	T	M			
Desarrollar mecanismos de acercamiento, posicionamiento y captación de mercado	Participar en ferias relacionadas con MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) MIES (Ministerio de Inclusión Económica Social) IEPS (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria)	Cronograma de Ferias	Gerente	X	X	X	X	Incremento del 20% de Utilidades Anuales	# de Clientes Potenciales / # de Clientes Potenciales Proyectados	25%
	Dar conferencias y seminarios gratuitos para MIPYMES	Una vez al mes	Dpto. de Operaciones	X	X	X	X		Ventas Reales / Ventas Proyectadas	30%
	Pautar en Medios de Comunicación	1 mes	Gerente		X	X			Incremento Demanda Potencial / Demanda Potencial Proyectada	20%
	Establecer counter informativos y de asesoría en colegios profesionales, gremios, juntas artesanales, etc.	1 mes	Dpto. de Operaciones	X	X	X	X		Demanda Profesionales / Demanda Profesionales Proyectada	25%

Cuadro N° 6: Plan de Acción N° 2

OBJETIVOS: Ofrecer un servicio contable, tributario, financiero y de asesoría de calidad a precios competitivos										
ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	DURACION	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS				META	INDICADOR DE GESTION	VALORACION
				H	F	T	M			
Desarrollar procesos rápidos y eficientes con el uso de tecnología de punta	Establecer paquetes promocionales de servicios	3 meses	Gerente + Dpto. de Operaciones	X		X	X	Incremento progresivo de Ventas	# Paquete de Servicios Demandados / # Paquete de Servicios Demandados Proyectados	45%
	Definir y describir los procesos de cada servicio que ofertará la empresa	2 meses	Dpto. de Operaciones	X		X	X		Tiempo Utilizado para el proceso / tiempo proyectado para proceso	30%
	Evaluar el Sistema ERP, que más se adapte a las necesidades de las MIPYMES ecuatorianas	1 mes	Gerente	X	X	X			Tiempo Utilizado para el proceso / tiempo proyectado para proceso	25%

Cuadro N° 7: Plan de Acción N° 3

OBJETIVOS: Optimizar el uso de recursos de manera eficiente, privilegiando aquellas inversiones que contribuyan a la excelencia del servicio										
ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	DURACION	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS				META	INDICADOR DE GESTION	VALORACION
				H	F	T	M			
Establecer el Plan Operativo Anual, Presupuestos y Proyecciones, necesarios para el funcionamiento eficiente	Elaborar el plan operativo anual y el presupuesto	Anual	Gerente + Contador	X		X	X	Establecer políticas y normas para uso recursos	Recursos necesarios / Recursos disponibles	35%
	Controla el cumplimiento estricto del POA y del presupuesto anual	Mensual	Contador	X		X	X	Establecer cumplimiento POA y Presupuesto	Recursos utilizados / Recursos presupuestados	30%
	Evaluar aplicación del POA y el presupuesto	Trimestral	Gerente	X		X	X	Cumplimiento estricto de POA y Presupuesto	Porcentaje de ejecución del presupuesto	35%

Cuadro N° 8: Plan de Acción N° 4

OBJETIVOS: Instaurar una cultura organizacional, cimentada en la calidad del servicio, el trabajo por objetivos y en base a resultados										
ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	DURACION	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS				META	INDICADOR DE GESTION	VALORACION
				H	F	T	M			
Desarrollar programas de capacitación permanente al talento humano que contribuya al crecimiento profesional y de la empresa	Capacitar permanentemente al personal, asistir a conferencias, seminarios nacionales e internacionales y capacitaciones SRI, Superintendencia de Compañías y Colegio de Contadores	Cronograma de Capacitación	Gerente / Contador / Dpto. de Operaciones	X	X			Conocimientos actualizados	Personal Capacitado / Personal Total del Area	55%
	Mantener suscripciones a los Organismos Estatales y Organismos internacionales especializados, para obtener actualizaciones	Cuando el suceso lo determine	Contador / Dpto. de Operaciones	X		X		Obtener información veraz y oportuna	% Clientes satisfechos por actualizaciones	30%
	Organizar talleres y Servicio al Cliente	Trimestral	Gerente	X	X		X	Talento Humano capacitado dispuesto a tomar desafíos	Porcentaje de ejecución del presupuesto	15%

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

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

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

En este capítulo se analiza el ingreso futuro al que se desea llegar para que así nuestro proyecto salga adelante.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Cuadro N°9: Proyección de Ventas

CLIENTES

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Incremento de Clientes		10%	15%	20%	25%
Microempresas	20	22	25	30	38
Pequeña Empresa	7	8	9	11	13
Mediana Empresa	3	3	4	5	6
	30	33	38	46	57

PRECIO

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Incremento de Precio		5%	5%	5%	5%
Microempresas	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Pequeña Empresa	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Mediana Empresa	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
	1.000	1.050	1.103	1.158	1.216

INGRESO MENSUAL

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Microempresas	2.000,00	2.310,00	2.789,33	3.514,55	4.612,85
Pequeña Empresa	2.100,00	2.425,50	2.928,79	3.690,28	4.843,49
Mediana Empresa	1.800,00	2.079,00	2.510,39	3.163,09	4.151,56
	5.900,00	6.814,50	8.228,51	10.367,92	13.607,90

INGRESO ANUAL

Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Microempresas	24.000,00	27.720,00	33.471,90	42.174,59	55.354,15
Pequeña Empresa	25.200,00	29.106,00	35.145,50	44.283,32	58.121,86
Mediana Empresa	21.600,00	24.948,00	30.124,71	37.957,13	49.818,74
	70.800,00	81.774,00	98.742,11	124.415,05	163.294,76

Según el análisis realizado en el capítulo I en busca de la brecha futura para nuestro proyecto en el primer año nos vamos a enfocar en treinta clientes distribuidos de la siguiente forma (Microempresas 20, Pequeña Empresa 7, Mediana Empresa 3), y habiendo conocido el plan de Ventas obtuvimos un ingreso mensual aproximadamente de US\$5.900,00

CONCLUSION:

Nuestro principal objetivo estratégico y el de todas las compañías que deciden emprender un negocio, es posicionar el nombre de su Empresa entre los niveles más altos de preferencia en el Mercado y así alcanzar altos porcentajes de rentabilidad aspirados en el proyecto. Para ello, fue necesaria la planeación de un conjunto de estrategias, las cuales son presentadas dentro de un Plan de Acción, que nos permite obtener un análisis de las acciones a realizar, la duración, los responsables, los recursos, los indicadores y sus metas, todo enfocado a las estrategias propuestas.

También se incluye un plan de Marketing que brindara apoyo a nuestros clientes, con la finalidad de resolver sus problema; el cual contiene los servicios a ofertar de nuestra compañía para las micro, pequeña y mediana empresas en los servicios como: asesoría contable, tributaria, y financiera.

CAPITULO III

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En este capítulo se hablará de la parte de Organización del proyecto, la misión, la visión, nombre, los principios, los valores y gastos futuros a ser incurridos en esta área.

La creación de la empresa debe ajustarse a las disposiciones previstas en la Ley de Compañías, así como a las normas y procedimientos contemplados en las diferentes leyes del país sobre la materia.

Nombre o Razón Social

El nombre de la empresa debe reflejar la esencia de las actividades que va a desarrollar; de ahí que, la nueva empresa se denominara **AVECILLA & ASOCIADOS CIA. LTDA.**, estará al servicio de las MIPYMES para solucionar sus problemas contables, tributarios y financieros hasta convertirse en el aliado estratégico de nuestros clientes.

Logotipo de la Empresa

Logotipo es el grupo de letras fundidas en un solo bloque, que distingue a una marca, un nombre de empresa o un producto.

El logotipo a utilizar será **A & A**, la figura de un rostro muestra una mente dedicada y capaz de realizar acertadamente y adecuadamente un trabajo.

BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Misión

Misión es una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares. Es un compendio de la razón de ser de una empresa, esencial para determinar objetivos y formular estrategias.

Ofrecer un servicio que garantice a nuestros clientes, integralidad y ética en la prestación de los servicios de consultoría contable y tributaria, preservando el bienestar de las personas contribuyendo así al crecimiento sustentable de la pequeña, mediana y gran empresa

Visión

Se considera como visión la posición que la empresa aspira alcanzar en el futuro mediante el desarrollo de acciones apropiadas para la consecución del objetivo previsto.



Convertirse para el 2013, en una empresa que cumpla con las necesidades de cada cliente, nos esforzamos en comprender sus necesidades aportando las soluciones adecuadas, contando con consultores profesionales que acrediten la solidez de nuestra empresa permitiendo así un crecimiento continuo ofreciendo un servicio de calidad personalizada de su empresa y quienes la conforman

Filosofía

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

Principios y Valores

“Los Valores son principios conscientes considerados válidos porque evidenciamos que ya los tenemos o porque evidenciamos que requerimos de éstos. Los valores son los puntales que le brindan a las organizaciones, su fortaleza, su poder y fortalecen la Visión. Nada de esto funcionará si la misión, la visión o los valores, no son compartidos. Los valores influyen en las normas éticas dentro de una organización, así como el comportamiento de gestión.”¹¹

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

Los valores corporativos de la empresa AVECILLA & ASOCIADOS que permitirán construir una estructura eficaz y encaminada a conseguir logros sostenibles en el tiempo son:

1. Contacto permanente con el cliente: Un servicio personalizado requiere tener la mayor cantidad de información de los clientes, sus necesidades y gustos. Todo el personal de contacto de nuestra empresa (desde vendedores hasta cobradores) que tiene comunicación constante con el cliente, pueden entregar información valiosa.

¹¹<http://www.misionvisionvalores.com/>

2. Flexibilidad: Muchas veces lo que quiere el cliente es un servicio nuevo o con cambios que no han sido contemplados anteriormente en su empresa y que pueden afectar aspectos en cuanto al tema tributario, control interno (inventarios) y rendimiento del personal, etc. Un servicio personalizado puede significar reorganizar a dichos recursos humanos,. Por ello, el secreto está en la flexibilidad, en saber buscar y encontrar alternativas que no afecten drásticamente el curso del negocio y que dejen contentos al cliente con el servicio que prestamos.

3. Creatividad: Un factor clave de un servicio personalizado es dedicar el tiempo y los recursos necesarios para ofrecer algo que nadie haya sido capaz de hacer anteriormente. Esto significa investigar en el mercado, ver qué cosas hace su competencia, qué opinan sus clientes, qué es lo que esperan de su negocio. Tener los ojos bien puestos en cómo funciona el mercado y cuáles son las nuevas tendencias es fundamental.

4. Adaptación al cliente: Nuestro servicio se ajustara a las características del cliente ya sea en cuanto a tiempo y presupuesto.

5. Fiabilidad: La empresa debe procurara entregar el servicio a la hora y tiempos estipulados. La puntualidad y el profesionalismo son rasgos esenciales de un servicio a la medida del cliente. Además la empresa debe será capaz de responder correctamente cualquier duda, reclamo, etc., en los intervalos de tiempos correspondientes.



6. Retroalimentación: Las necesidades del cliente siempre van cambiando y nuestra empresa debe ser capaz de ajustarse a éstas. Para ello consultaremos a los clientes qué opinan del servicio y qué cambiarían.

A continuación analizaremos el recurso humano, recurso material, activos fijos, suministros de oficina y de limpieza, sueldos de la nómina del área administrativa.

Recursos Humanos

La empresa que gestione correctamente sus recursos humanos se beneficiaran de una ventaja competitiva, pues el éxito de una organización se basa en la calidad y en la disposición de su equipo humano. Cuanto mejor integrado este el equipo y más se aprovechen las cualidades de cada uno de sus integrantes, más fuerte será la empresa.¹²

La empresa de Asesoría Contables y Tributarias, privilegiará el desarrollo y capacitación de su Talento Humano, pues es su principal recurso generador de los servicios que presta.

BASE ECONOMICA Y ESTRUCTURAL DE LA ORGANIZACION

Para el área Administrativa contara con el siguiente personal

Cuadro N° 10: Recursos Humanos Área Organizacional

Descripción	Cantidad
Gerente General	1
Secretaria	1
Mensajero	1

¹²<http://formacionhumana.files.wordpress.com/2008/06/competencias.pdf>

Los sueldos a percibir para el personal administrativo será el siguiente:

Cuadro N°11: Sueldos Nómina Administrativa

Remuneración del Personal			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gerente General	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Secretaria	1	\$ 318.00	\$ 318.00
Mensajero	1	\$ 318.00	\$ 318.00
Total Gastos Administrativos			\$ 1,336.00

Cuadro N° 12: Recursos Materiales = Propiedad, Planta y Equipo

Muebles de Oficina			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio General	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Mesa Reuniones	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Counter Recepción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Archivador Gerencial	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Archivadores	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Sillón Gerencial	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Silla tipo secretaria	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Sillas para mesa reuniones	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Sofá de espera	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Mesa en recepción	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Silla atención a clientes	8	\$ 30,00	\$ 240,00
Pizarra tiza líquida	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Total Muebles de Oficina			\$ 1.740,00

Equipo de Oficina			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Central Telefónica	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Teléfonos	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Calculadoras	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Dispensador de Agua	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Total Equipo de Oficina			\$ 720,00
Equipo de Computación			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Laptop	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Computadoras de Escritorios	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Impresora Laser	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Impresora Multifunciones	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Infocus	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Total Equipo de Computación			\$ 2.750,00
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			\$ 5.210,00

Cuadro Nº 13: Recursos Materiales = Suministros de Oficina y Limpieza

Suministros de Oficina			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Grapadoras	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Perforadoras	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Hojas de Papel B (resma)	25	\$ 3,50	\$ 87,50
Carpetas Bene	10	\$ 7,00	\$ 70,00
Carpetas Cartón	30	\$ 0,20	\$ 6,00
Bolígrafos (caja)	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Cartucho Impresora	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Cinta Adhesiva	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Porta Cintas	2	\$ 3,00	\$ 6,00
CD (caja)	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Clips (caja)	5	\$ 0,80	\$ 4,00
Porta clips	2	\$ 1,20	\$ 2,40
Marcadores (caja)	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Sobres Manila	50	\$ 0,15	\$ 7,50
Sobres Oficio	50	\$ 0,05	\$ 2,50
Resaltadores	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Tinta para marcadores	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Total Suministros de Oficina			\$ 409,90
Suministros de Limpieza			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Basureros	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Fundas para basureros	50	\$ 0,20	\$ 10,00
Papel Higiénico, Servilletas, Vasos	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Escobas	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Trapeadores	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Recogedor	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Basurero Grande	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Detergente	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Desinfectante	12	\$ 4,50	\$ 54,00
Desodorante Ambiental	12	\$ 2,75	\$ 33,00
Guantes	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Overol Limpieza	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Total Suministros de Limpieza			\$ 365,00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA			\$ 774,90

Gastos Depreciación

Cuadro N°14: Gastos Depreciación

Muebles de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	VIDA UTIL									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Escritorio General	1	220.00	220.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00
Mesa Reuniones	1	250.00	250.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00
Counter Recepción	1	200.00	200.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Archivador Gerencial	1	150.00	150.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
Archivadores	1	100.00	100.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Sillón Gerencial	1	120.00	120.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Silla tipo secretaria	1	40.00	40.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Sillas para mesa reuniones	2	35.00	70.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
Sofá de espera	1	200.00	200.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Mesa en recepción	1	70.00	70.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
Silla atención a clientes	8	30.00	240.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00
Pizarra tiza líquida	1	80.00	80.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
			1,740.00	174.00	174.00	174.00	174.00	174.00	174.00	174.00	174.00	174.00	174.00

Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	VIDA UTIL									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Central Telefónica	1	500.00	500.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Teléfonos	1	30.00	30.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Calculadoras	2	30.00	60.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
Dispensador de Agua	1	130.00	130.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00
			720.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00

Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	VIDA UTIL									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Laptop	1	800.00	800.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
Computadoras de Escritorios	1	550.00	550.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00
Impresora Laser	1	250.00	250.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Impresora Multifunciones	1	300.00	300.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Infocus	1	850.00	850.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00
			2,750.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00

PRESUPUESTO DE GASTOS DEL AREA ORGANIZACIONAL

Cuadro N°15: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones	16,032.00	17,635.20	21,162.24	27,510.91	38,515.28
Gastos Bancarios	30.00	33.00	39.60	51.48	72.07
Suministros de Oficina	409.90	450.89	541.07	703.39	984.74
Suministros de Limpieza	365.00	401.50	481.80	626.34	876.88
Gastos Depreciación Muebles de Oficina	174.00	174.00	174.00	174.00	174.00
Gastos Depreciación Equipo de Oficina	72.00	72.00	72.00	72.00	72.00
Gastos Depreciación Equipo de Computación	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00
Imprevistos 0.5%	113.11	119.33	125.89	132.82	140.12
	17,746.01	19,435.92	23,146.60	29,820.94	41,385.09

CONCLUSION:

Nuestro proyecto posee una estructura organizacional de tipo funcional, agrupa a personas que tienen una posición similar dentro de la organización y que desarrollan funciones semejantes, utilizando recursos y habilidades del mismo estilo. Está conformada por las partes que integran la organización incluyendo las funciones, actividades, relaciones de autoridad y de dependencia, responsabilidades, objetivos, manuales y procedimientos, descripción de puestos de trabajo y asignación de recursos.

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

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

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

ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos que contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.¹³

Macro localización

El ámbito territorial en el cual desarrollará sus actividades la empresa, inicialmente será al nor-este de la ciudad de Guayaquil. A corto plazo se extenderá a las áreas rurales, para luego en el mediano y largo plazo extenderse a otras ciudades del país.

¹³<http://www.slideshare.net/mildredsapa/macrolocalizacin-localizacin-general-del-proyecto-8558431>

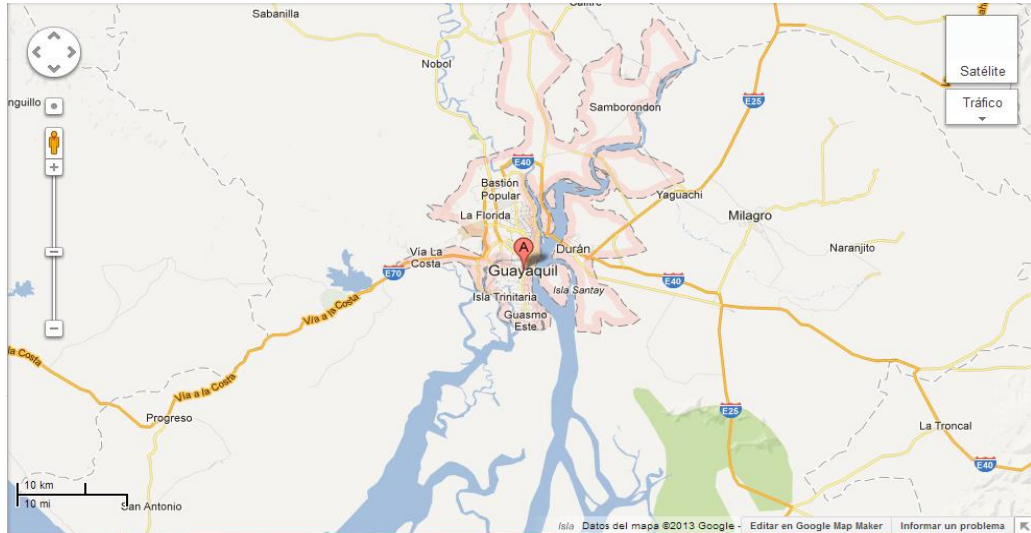
Figura N°2: Mapa de la Ciudad de Guayaquil

<http://turismoguayaquil.files.wordpress.com>



Figura N°3: Mapa de la Ciudad de Guayaquil (google maps)

<http://maps.google.com.ec>



Micro localización:

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, sector norte, ubicado en Urdesa Central, Cedros #114 entre Víctor Emilio Estrada y Todos Los Santos.

Figura N°4: Ubicación Instalaciones Empresa

Fuente: <http://maps.google.es>

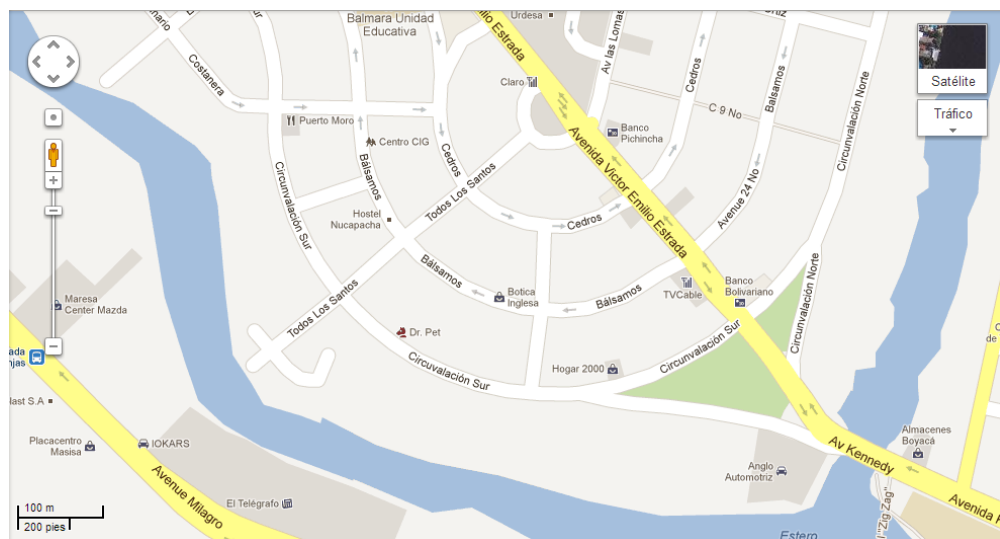


Figura N°5: Ubicación Instalaciones Empresa (vista satelital)

Fuente: <http://maps.google.es>



ESTUDIO ECONOMICO Y ESTRUCTURAL OPERACIONAL

Recursos Humanos

El recurso humano que va a desempeñar sus funciones en el área técnica será:

Cuadro N° 16: Recursos Humanos Área Técnica

Descripción	Cantidad
Contador	1
Asesor Contable	1
Asesor Tributario	1

El sueldo con que va contar este personal será:

Cuadro N° 17: Nómina Área Técnica

Remuneración del Personal			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Contador	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Asesor Contable	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Asesor Tributario	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Total Gastos Técnicos			\$ 1,250.00

Otros rubros que también forman parte del Área Técnica son los siguientes:

Cuadro N°18: Otros Gastos Técnicos

Descripción	Costo
Comisiones	1.500,00
Publicidad	2.030,00
Gastos de Ferias	2.000,00
Total Otros Gastos Técnicos	5.530,00

Recursos Financieros:

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

Nuestro futuro proyecto iniciara sus actividades con capital propio.

Recursos Económicos

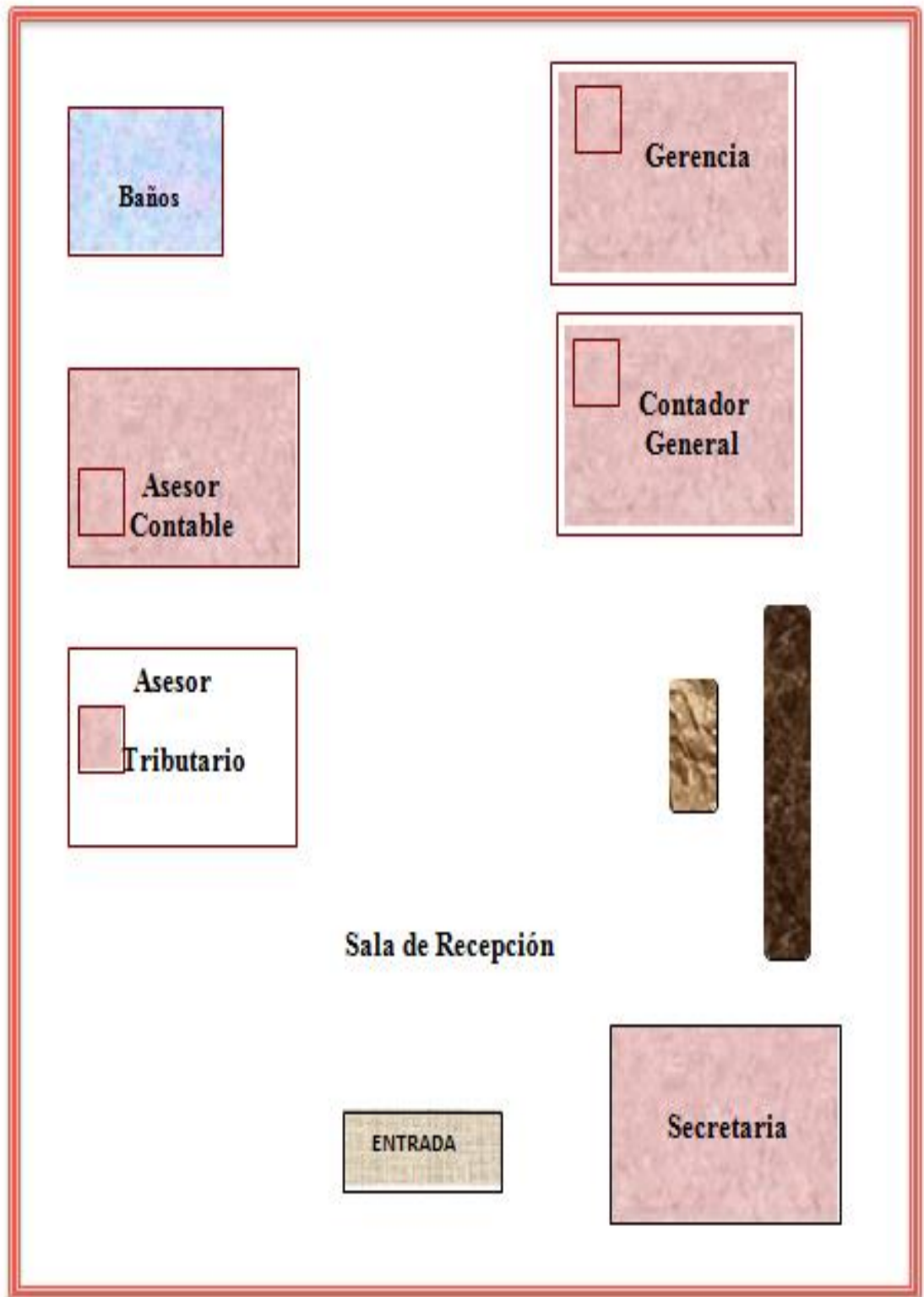
Los recursos económicos son los factores de producción, que se combinan en el proceso de producción para agregar valor en la elaboración de bienes y servicios.

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

Recursos Materiales

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

La empresa para desarrollar sus actividades y brindar una atención de calidad a sus clientes, utilizará una oficina de 86 m² que cuenta con separaciones ambientales necesarias.



Para optimizar los procesos de trabajo y el servicio al cliente se considera necesario utilizar los siguientes recursos materiales:

Cuadro N° 19: Recursos Materiales = Propiedad, Planta y Equipo

Muebles de Oficina			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	3	\$ 130,00	\$ 390,00
Archivadores	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Silla tipo secretaria	3	\$ 40,00	\$ 120,00
Sillas para mesa reuniones	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Counter Ferias	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Total Muebles de Oficina			\$ 1.315,00
Equipo de Oficina			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Teléfonos	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Calculadoras	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Total Equipo de Oficina			\$ 180,00
Equipo de Computación			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Laptop	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00
Impresora Laser	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total Equipo de Computación			\$ 2.650,00
TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			\$ 4.145,00

Cuadro N° 20: Recursos Materiales = Suministros de Oficina y Limpieza

Suministros de Oficina			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Grapadoras	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Perforadoras	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Hojas de Papel B (resma)	25	\$ 3,50	\$ 87,50
Carpetas Bene	10	\$ 7,00	\$ 70,00
Carpetas Cartón	70	\$ 0,20	\$ 14,00
Bolígrafos (caja)	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Cartucho Impresora	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Cinta Adhesiva	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Porta Cintas	3	\$ 3,00	\$ 9,00
CD (caja)	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Clips (caja)	5	\$ 0,80	\$ 4,00
Porta clips	3	\$ 1,20	\$ 3,60
Marcadores (caja)	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Sobres Manila	50	\$ 0,15	\$ 7,50
Sobres Oficio	50	\$ 0,05	\$ 2,50
Resaltadores	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Tinta para marcadores	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Total Suministros de Oficina			\$ 490,10
Suministros de Limpieza			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Basureros	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Fundas para basureros	50	\$ 0,20	\$ 10,00
Papel Higiénico, Servilletas, Vasos	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Total Suministros de Limpieza			\$ 81,00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA			\$ 571,10

Cuadro N° 21: Recursos Tecnológicos = Software

Software			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Software Contable	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Licencias Software	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Total Software			\$ 1.800,00

La tecnología se ha convertido en una aliado clave para la realización de todo tipo de tareas. Los recursos tecnológicos son una parte imprescindible de las empresas. En el servicio contable, tributario y financiero es muy importante contar con tecnología de punta y las TIC'S que permita procesar la información de manera ágil.

Cuadro N° 22: Gastos de Adecuación

GASTOS DE ADECUACION	
Concepto	Valor
Arreglo y adecuación del local	\$ 1,100.00
Instalaciones Eléctricas	\$ 200.00
Total Gastos de Adecuación	\$ 1,300.00

Cuadro N° 23: Gastos Operacionales

Gastos Operacionales	
Descripción	Costo Total
Arriendo	\$ 500.00
Servicio Básico (Agua, Luz, Teléfono)	\$ 250.00
Transporte	\$ 300.00
Total Gastos Operacionales	\$ 1,050.00

GASTOS DE DEPRECIACION

Cuadro N° 24: Gastos de Depreciación

Muebles de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	VIDA UTIL									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Escritorio	3	130.00	390.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00
Archivadores	3	100.00	300.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Silla tipo secretaria	3	40.00	120.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Sillas para mesa reuniones	3	35.00	105.00	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50
Counter Ferias	1	400.00	400.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
			1,315.00	131.50	131.50	131.50	131.50	131.50	131.50	131.50	131.50	131.50	131.50

Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	VIDA UTIL									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Teléfonos	3	30.00	90.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
Calculadoras	3	30.00	90.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
			180.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00

Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	VIDA UTIL									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Laptop	3	800.00	2,400.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00
Impresora Laser	1	250.00	250.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
			2,650.00	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00

GASTOS DE AMORTIZACION

Cuadro N° 25: Gastos de Amortización

Gastos de Adecuación

Descripción	Valor Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Adecuación e Instalación	\$ 1.300,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
	\$ 1.300,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00

Software y Licencia

Descripción	Valor Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Software Contable	\$ 1.300,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Licencia Software	\$ 500,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
	\$ 1.800,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00

PRESUPUESTO DE EGRESOS DEL AREA TECNICA

Cuadro N° 26: Presupuesto de Egresos Área Técnica

GASTOS OPERACIONALES

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones	15,000.00	16,500.00	19,800.00	25,740.00	36,036.00
Suministros de Oficina	490.10	539.11	646.93	841.01	1,177.42
Suministros de Limpieza	81.00	89.10	106.92	139.00	194.59
Gastos Depreciación Muebles de Oficina	131.50	131.50	131.50	131.50	131.50
Gastos Depreciación Equipo de Oficina	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00
Gastos Depreciación Equipo de Computación	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00
Servicios Básicos	3,000.00	3,300.00	3,960.00	5,148.00	7,207.20
Arriendo	6,000.00	6,600.00	7,920.00	10,296.00	14,414.40
Transporte	3,600.00	3,960.00	4,752.00	6,177.60	8,648.64
Gasto Amortización Software y Licencia	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Gasto Amortización Adecuación Local	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
Gasto Capacitación	3,000.00	3,300.00	3,960.00	5,148.00	7,207.20
Otros Gastos Técnicos	5,530.00	6,083.00	7,299.60	9,489.48	13,285.27
Imprevistos 5%	1,631.13	1,712.69	1,798.32	1,888.24	1,982.65
	39,631.73	43,383.40	51,543.27	66,166.82	91,452.87

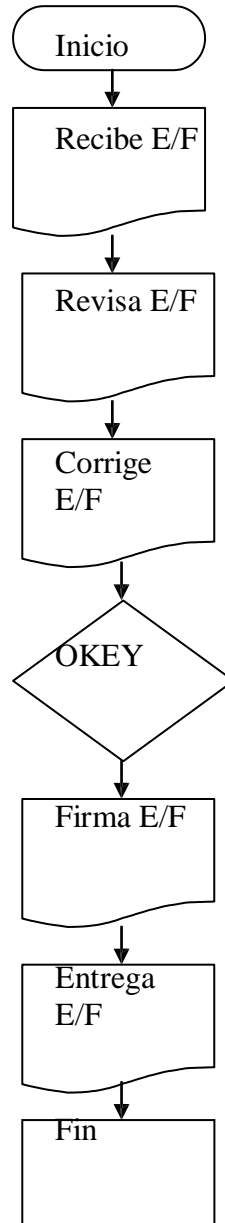
PROCESOS

A continuación se presentan los símbolos más comunes.

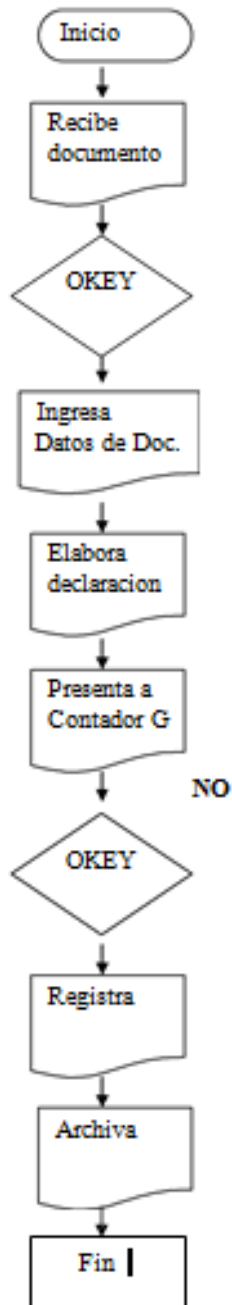
Cuadro N° 27: Simbología del Diagrama de Flujo

SIMBOLO	NOMBRE SIMBOLO	DESCRIPCIÓN
	INICIO / FIN	Representa el inicio y el fin de un diagrama de flujo
	PROCESO	Representa una actividad o proceso
	INGRESO MANUAL	Ingreso datos al sistema
	DOCUMENTO	Estados Financieros y otros documentos
	ALMACENAMIENTO DE ACCESO DIRECTO	Representa información en soporte digital
	CONECTOR	Representa la continuidad del diagrama
	CONECTOR FUERA DE PÁGINA	Representa la continuidad del diagrama en otra página
	FLECHA	Representa el camino que une los elementos de la página.
	DECISIÓN	Indica la realización de comparación de valores

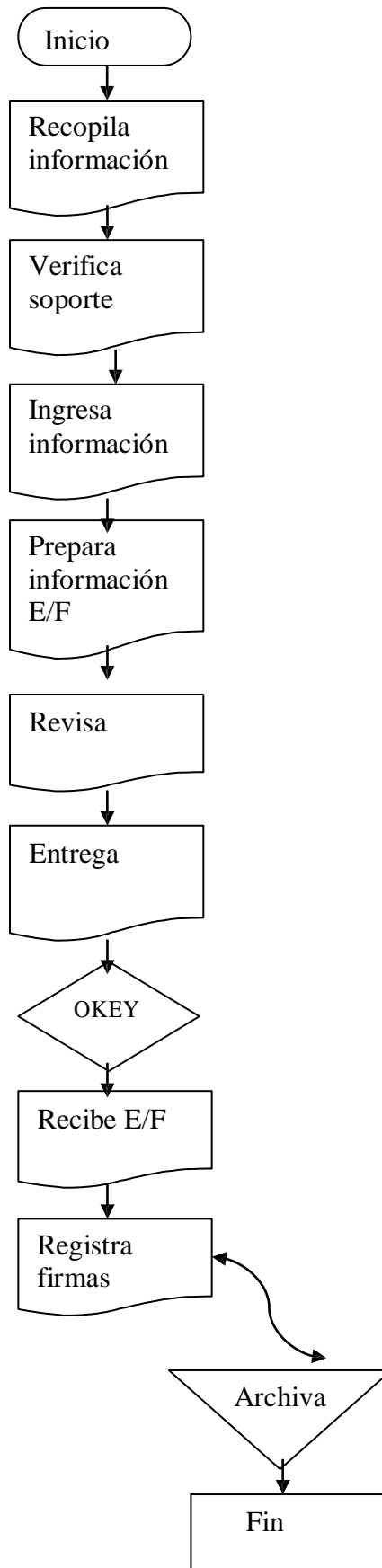
CONTADOR GENERAL



ASESOR TRIBUTARIO



ASESOR CONTABLE



CONCLUSION:

"Avecilla & Asociados" Cía. Ltda. estará ubicada en Urdesa Central, Calle Cedros #114 entre Víctor Emilio Estrada y Todos Los Santos. Dispone de excelentes Recursos Tecnológicos, económicos y humanos para su correcto funcionamiento y control.

Es una compañía con altas posibilidades de crecimiento y expansión, de la cual se espera tener beneficios económicos futuros.

CAPITULO V

MARCO LEGAL

Analizando nuestro mercado podemos referirnos en la evolución de las empresas incididas directamente por implantación de nuevas Leyes Tributarias del Ecuador generada por las implicaciones de una mala política fiscal y de cómo durante varios años las distorsiones que introduce el gobierno limitan el campo de acción de la Empresa y la creación de riqueza en el país.

Primero veremos algunos temas relacionados con la política fiscal en Ecuador de los últimos años. Los impuestos no son malos por naturaleza. ¿De dónde viene la idea de los impuestos? Es una idea no reciente, es una idea antigua. La idea es que el Estado o el gobierno proporcionen a los individuos servicios que no se pueden proporcionar ellos mismos.

El sistema tributario constituye un muy importante instrumento de política económica, que a más de brindarle recursos públicos al Estado permite el estímulo de la inversión, el ahorro y una mejor distribución de la riqueza, por lo que es necesario introducir en el marco jurídico que lo rige, herramientas que posibiliten un manejo efectivo y eficiente del mismo, que genere el establecimiento de tributos justos y que graven al contribuyente sobre la base de su verdadera capacidad para contribuir.

Fue necesario introducir reformas en la normativa fiscal y tributaria que garanticen el efectivo ejercicio de la facultad de gestión de los tributos por parte de las Administraciones Tributarias, dotándoles de mayores y mejores instrumentos para prevenir y controlar la evasión y elusión de los tributos.

Que, solamente con la institucionalización de un verdadero sistema penal tributario que establezca sanciones efectivas y proporcionales al daño causado, podrá avanzarse en el logro del cumplimiento tributario en la población; y, que, es imperioso normar adecuadamente los procedimientos de juzgamiento y sanción de delitos y demás infracciones tributarias.

Actualmente con La nueva Ley de Equidad Tributaria que mediante el Mandato Constituyente No 01 publicado en el Registro Oficial 223, del 30 de Noviembre 2007, la Asamblea Constituyente resolvió asumir las competencias del Poder Legislativo, mediante resolución No. 009, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 38 del 14 de junio del 2005 se expidió la Codificación del Código Tributario y que, mediante Resolución No. 26, publicada en el Suplemento del Registro Oficial # 463 del 17 de Noviembre del 2004, se expidió la Codificación de la Ley de Régimen Tributario Interno, con la finalidad de armonizar e integrar todas las normas dispersas contenidas en los mentados cuerpos legales y sus distintas reformas.

Que sin perjuicio de esta armonización, deja muy en claro que es obligación del Estado propender a una mejor distribución de la riqueza, para dar cumplimiento a lo que establece el Código Tributario en su artículo 6 en cuanto a los fines de los tributos, el sistema tributario ecuatoriano debe procurar que la base de la estructura impositiva se sustente en aquellos impuestos que sirvan para disminuir las desigualdades y que busquen una mayor justicia social, que la progresividad de un sistema tributario se logra en la medida que los impuestos directos logren una mayor recaudación que los impuestos indirectos, ya que estos últimos no distinguen la capacidad económica del individuo.

A continuación se detallara los organismos que nuestra empresa tiene que regirse para su cumplido funcionamiento:

ENTIDADES DE CONTROL

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

Para nuestro proyecto nos hemos basado que nuestra empresa será una compañía de responsabilidad limitada ya 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. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar, tal como lo indica la **Ley de Compañías y en ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República, resuelve en la SECCION V y en el Art. 92 hasta el 142**

Se puede emitir hasta 5 alternativas de nombres a la Superintendencia de Compañías, y luego se aprueba un nombre.

Se procede a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Superintendencia de Compañías, una vez aprobada la minuta, se apertura una cuenta en cualquier Banco llevando original y copia de la minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas.

Una vez hecha la apertura de la cuenta, y que todo se encuentre aprobado por el Banco se lleva al Notario, para elevar a escritura Pública, luego de elevar la minuta a escritura pública, se lleva a la Superintendencia

de Compañías 3 copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre, para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente (10 x 15 cm). La Súper entrega las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura. Se lleva al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Súper.

Se lleva al Registro Mercantil para que nos conceda el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de llevar al Registro Mercantil, esto va acompañado al Registro Mercantil de las escrituras marginadas, con los nombramientos de Gerente y de Presidente.

CONTRIBUCIONES

Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías deben pagar a ésta, el valor correspondiente al uno por mil de sus activos reales. El pago deberá realizarse hasta el 30 de septiembre del año siguiente a la declaración de su impuesto anual.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

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

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

Que mediante Decreto Ejecutivo 3056, publicado en el Registro Oficial No. 660 de 11 de septiembre del 2002 se derogó expresamente el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Registro Único de Contribuyentes

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

- ✚ IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual
- ✚ IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual
- ✚ RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC
- ✚ IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Jurídicas

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través

de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- ✚ Actualización de Datos del Registro Patronal,
- ✚ Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- ✚ Digitar el número del RUC y
- ✚ Seleccionar el tipo de empleador.

Se enviara a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- ✚ Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- ✚ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ✚ Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ✚ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ✚ Copia de pago de teléfono, o luz

Una vez terminado el proceso de obtención del número patronal, nuestra Empresa Consultora “AVECILLA & ASOCIADOS CIA. LTDA.”, está en capacidad de presentar la nómina de empleados para el periodo actual, efectuar pagos de planillas en el menor tiempo posible y así evitar acciones legales futuras.

MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón de Guayaquil se debe de regir a las siguientes ordenanzas Municipales:

- ✚ PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES

USO DE SUELO

🚧 PATENTES MUNICIPALES

🚧 TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL B. CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

IMPUESTO A LA JUNTA DE BENEFICENCIA

El impuesto anual sobre el capital de operación, grava a toda persona natural o jurídica que ejerza actividades productivas en la provincia del Guayas y esté afiliado a una de las cámaras de la producción y afecta a las personas que operen con un capital que no supere los cinco mil dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de cien dólares; las que lo hagan con un capital superior a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América y no superen los siete mil quinientos dólares, pagarán la cantidad de ciento cincuenta dólares; y, quienes operen con montos superiores a los siete mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de doscientos dólares y será pagado anualmente en forma directa en la tesorería de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil dentro de los tres primeros meses de cada año.

IMPUESTO HOSPITAL UNIVERSITARIO

Es un impuesto por el cual todas las personas naturales y jurídicas que se dediquen a actividades comerciales, bancarias e industriales dentro de la jurisdicción del cantón Guayaquil, deben cancelar en favor del Hospital Universitario de la ciudad de Guayaquil. Se aplicará sobre el valor de los

capitales propios declarados por los contribuyentes en sus respectivas matrículas comerciales o industriales. El pago del impuesto se hará obligatoriamente dentro del primer trimestre de cada año, en la Tesorería de la Universidad de Guayaquil.

LEY DE CONSULTORIA

Nuestra Empresa Consultora “Avecilla & Asociados” Cía. Ltda. Será constituida de conformidad con la Ley de Compañías y se registrará de acuerdo a La Ley de Consultoría y su reglamento para ejercer actividades de consultoría a Nivel Nacional.

Los actos relacionados con el ejercicio de la consultoría, así como los contratos de servicios de consultoría o de apoyo a la consultoría que se realicen en “Avecilla & Asociados” Cía. Ltda. se registrarán por la Ley de Consultoría y su Reglamento. Para lo cual se deberá reunir los siguientes requisitos:

a) Tener título profesional conferido por un Instituto de Educación Superior del Ecuador, o del extranjero, en cuyo caso deberá estar revalidado en el país conforme a la Ley; y,

b) Cumplir con las leyes respectivas que regulan el ejercicio profesional.

Los consultores individuales extranjeros que sean contratados por compañías consultoras nacionales o extranjeras, deberán comprobar su calidad de profesionales, así como la experiencia en los campos de su especialización.

Para poder ejercer actividades de consultoría en el Ecuador, “Avecilla & Asociados” deberá inscribirse en el registro de Consultoría que con este fin tendrá a su cargo la Secretaría Técnica del Comité de Consultoría.

Para poder inscribirse en el Registro de Consultoría, nuestra empresa consultora deberá previamente, estar afiliadas a la Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador, ACCE.

PRESUPUESTO DE TRÁMITES LEGALES

Cuadro N° 28: Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCION	
Concepto	Valor
Servicios Profesionales Abogado por Constitución	\$ 300.00
Escritura Pública de Constitución	\$ 400.00
Inscripción Registro Mercantil, Permiso de Funcionamiento	\$ 320.00
Patente Municipal	\$ 400.00
Otros gastos de Constitución	\$ 150.00
Total Gastos de Constitución	\$ 1,570.00

Cuadro N° 29: Amortización de los Gastos de Constitución

Gtos de Constitución

Descripción	Valor Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	\$ 1.570,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00
	\$ 1.570,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00

CONCLUSION:

La Cía. Vecilla & Asociados dispone de todos los parámetros, condiciones y requisitos legales para llevar a cabo sus operaciones, además cuenta con una asignación en su presupuesto para la realización de dichos tramites.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

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

Esta manera de proyectar los resultados futuros puede tener la empresa al iniciar sus actividades. Por lo tanto es fundamental realizar la evaluación económica - financiera ya que será el timón fundamental para que el inversionista tome la decisión de invertir. Además se debe establecer un cronograma de actividades y presupuesto relacionado para, diferenciar los costos entre internos y externos por lo que no sólo se considerará el costo inicial o de adquisición sino el total de costos producidos en todo el ciclo de vida del proyecto tecnológico.

Está implementación exitosa de un sistema de ERP en la empresa no es la etapa final del proceso por ser sistema de soporte a las decisiones de negocio. Además el éxito a largo plazo del proyecto descansa en la exitosa implementación de un plan de aseguramiento de calidad, o un plan de optimización posterior a la implementación.¹⁴

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

¹⁴<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/erphbra.htm>

Es así que la optimización puede aportar con nuevas ideas que no fueron consideradas durante la implementación del proyecto o estaban fuera del alcance.

Debe ser planeada y ejecutada con el mismo cuidado con el que se ejecutaron los procesos de la propia implementación. Por lo que es importante documentar los detalles del proyecto que contenga las fechas de cumplimiento; así como, los responsables de las tareas.

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

La Empresa AVECILLA & ASOCIADOS C. LTDA. TIENE COMO POLÍTICA PRINCIPAL DAR 30 DÍAS DE CRÉDITO A SUS CLIENTES, Y ASÍ MISMO ELLOS POSEEN EL MISMO TIEMPO CON SUS PROVEEDORES.

DETERMINACIÓN DE INVERSIONES

INVERSIÓN INICIAL

La empresa prestará sus servicios en un local arrendado de 86m² compuesto por 2 estaciones de servicio, un counter para recepción y 2 oficinas para gerencia general y contabilidad.

Cuadro N° 30: Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	
Concepto	Valor
Gastos de Constitución	\$ 1,570.00
Gastos de Adecuación e Instalación	\$ 1,300.00
Propiedad Planta y Equipo	\$ 9,355.00
Activos Intangibles	\$ 1,800.00
Suministros de Oficina y Limpieza	\$ 1,346.00
Total Inversión Inicial	\$ 15,371.00

CAPITAL DE TRABAJO

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

$$K.T = (\text{Costo total del año} / 360 \text{ días}) * \text{Número de días del ciclo productivo}^{15}$$

A continuación se analiza los costos de operación mensual que tendrá la empresa, empezando desde los costos del personal requerido. Estos costos se considerarán en la inversión inicial debido a la necesidad de mantener liquidez principalmente en los primeros meses en que por lo general no se tiene tantas ventas o resultados, además estos serán los costos fijos de la empresa en los meses siguientes.

¹⁵<http://www.mitecnologico.com/Main/CapitalDeTrabajo>

Cuadro N° 31: Gastos Administrativos

Remuneración del Personal			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gerente General	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Secretaria	1	\$ 318.00	\$ 318.00
Mensajero	1	\$ 318.00	\$ 318.00
Total Gastos Administrativos			\$ 1,336.00

Cuadro N° 32: Gastos Técnicos

Remuneración del Personal			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Contador	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Asesor Contable	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Asesor Tributario	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Total Gastos Técnicos			\$ 1,250.00

Gastos Operacionales	
Descripción	Costo Total
Arriendo	\$ 500.00
Servicio Básico (Agua, Luz, Teléfono)	\$ 250.00
Transporte	\$ 300.00
Total Gastos Operacionales	
\$ 1,050.00	

TOTAL GASTOS TECNICOS	\$ 2,300.00
------------------------------	--------------------

Cuadro N° 33: Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	
Descripción	Costo Total
Gastos Administrativos	\$ 1,336.00
Gastos Técnicos	\$ 2,300.00
Total Capital de Trabajo	\$ 3,636.00

INVERSIÓN TOTAL

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

Cuadro N° 34: Inversión Total

Descripción	Total
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
Mueble de Oficina	\$ 3,055.00
Equipo de Oficina	\$ 900.00
Equipo de Computación	\$ 5,400.00
Total Activo Fijos	\$ 9,355.00
ACTIVO DIFERIDO	
Gastos de Constitución	\$ 1,570.00
Gastos de Adecuación	\$ 1,300.00
Total Activo Diferido	\$ 2,870.00
ACTIVO INTANGIBLE	
Software y Licencia	\$ 1,800.00
Total Activo Intangible	\$ 1,800.00
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	
Suministros de Oficina y Limpieza	\$ 1,346.00
Total Activo Diferido	\$ 1,346.00
CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos Administrativos	\$ 2,586.00
Gastos Técnicos	\$ 1,050.00
Total Activo Diferido	\$ 3,636.00
INVERSION TOTAL	\$ 19,007.00

A continuación proyectaremos los estados financieros a 5 años con el fin de saber que tan rentable puede ser el negocio.

Nos basaremos en el Estado de Pérdida y Ganancia, Flujo de Efectivo y Balance General para así poder evaluar la TIR y el VAN del futuro negocio a emprender.

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Cuadro N° 35: Estado de Pérdidas y Ganancias

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS POR SERVICIO	70,800.00	81,774.00	98,742.11	124,415.05	163,294.76
(-) GASTOS OPERACIONALES	38,018.23	41,769.90	49,929.77	64,553.32	89,839.37
(-) DEPRECIACION Y AMORTIZACION OPERATIVA	1,613.50	1,613.50	1,613.50	1,613.50	1,613.50
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	16,950.01	18,639.92	22,350.60	29,024.94	40,589.09
(-) DEPRECIACION ADMINISTRATIVA	796.00	796.00	796.00	796.00	796.00
= UTILIDAD OPERACIONAL	13,422.26	18,954.68	24,052.24	28,427.29	30,456.80
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	2,013.34	2,843.20	3,607.84	4,264.09	4,568.52
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	2,952.90	4,170.03	5,291.49	6,254.00	6,700.50
= UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	8,456.02	11,941.45	15,152.91	17,909.19	19,187.78

Cuadro N° 36: Estado de Flujo de Efectivo

Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTE (UTILIZADOS) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</u>						
Cobros procedentes de la venta de servicios	0.00	64,900.00	80,859.50	97,328.10	122,275.64	160,054.78
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	0.00	-50,387.55	-59,956.36	-71,291.16	-91,803.43	127,357.61
Pago a y por cuenta de los empleados	0.00	0.00	-2,013.34	-2,843.20	-3,607.84	-4,264.09
Impuestos a las ganancias pagadas	0.00	0.00	-2,952.90	-4,170.03	-5,291.49	-6,254.00
TOTAL FLUJO OPERACIONAL	0.00	14,512.45	15,936.90	19,023.71	21,572.88	22,179.07
<u>FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTE (UTILIZADOS) ACTIVIDADES DE INVERSION</u>						
Importe de Propiedad, planta y equipo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Compras de Activos Intangibles	-1,800.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Compras de otros Activos	-2,870.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Adquisiciones de Propiedad, planta y equipo	-9,355.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL FLUJO INVERSION	-14,025.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<u>FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTE (UTILIZADOS) ACTIVIDADES DE FINANCIERO</u>						
Aporte en Efectivo por Capital	19,007.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago de préstamos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL FLUJO FINANCIERO	19,007.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO GENERADO	4,982.00	14,512.45	15,936.90	19,023.71	21,572.88	22,179.07
SALDO INICIAL	0.00	4,982.00	19,494.45	35,431.35	54,455.06	76,027.94
SALDO FINAL	4,982.00	19,494.45	35,431.35	54,455.06	76,027.94	98,207.01

Cuadro N° 37: Estado de Situación Financiera Proyectado

Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Activo Corriente</u>						
Efectivo y Equivalente de Efectivo	4,982.00	19,494.45	35,431.35	54,455.06	76,027.94	98,207.01
Activos Financieros (Ctas. X Cobrar)	0.00	5,900.00	6,814.50	8,228.51	10,367.92	13,607.90
Total Activo Corriente	4,982.00	25,394.45	42,245.85	62,683.57	86,395.86	111,814.91
<u>Activo No Corriente</u>						
Propiedad, Planta y Equipo	9,355.00	9,355.00	9,355.00	9,355.00	9,355.00	9,355.00
(-) Depreciacion	0.00	-1,475.50	-2,951.00	-4,426.50	-5,902.00	-7,377.50
Total Neto PPE	9,355.00	7,879.50	6,404.00	4,928.50	3,453.00	1,977.50
Activos Intangibles	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Otros Activos Diferidos	2,870.00	2,870.00	2,870.00	2,870.00	2,870.00	2,870.00
(-) Amortización		-934.00	-1,868.00	-2,802.00	-3,736.00	-4,670.00
Total Neto Activos Intangibles	4,670.00	3,736.00	2,802.00	1,868.00	934.00	0.00
Total Activo No Corriente	14,025.00	11,615.50	9,206.00	6,796.50	4,387.00	1,977.50
TOTAL ACTIVO	19,007.00	37,009.95	51,451.85	69,480.07	90,782.86	113,792.41
<u>Pasivo</u>						
Cuentas por Pagar	0.00	4,580.69	5,034.15	6,023.36	7,798.19	10,869.04
Participación Trabajadores por Pagar del Ejercicio	0.00	2,013.34	2,843.20	3,607.84	4,264.09	4,568.52
Impuesto a la Renta por Pagar del Ejercicio	0.00	2,952.90	4,170.03	5,291.49	6,254.00	6,700.50
TOTAL PASIVO	0.00	9,546.93	12,047.38	14,922.69	18,316.29	22,138.06
<u>Patrimonio</u>						
Capital Social	19,007.00	19,007.00	19,007.00	19,007.00	19,007.00	19,007.00
Utilidad Retenidas	0.00	0.00	8,456.02	20,397.47	35,550.38	53,459.57
Utilidad del Ejercicio	0.00	8,456.02	11,941.45	15,152.91	17,909.19	19,187.78
TOTAL PATRIMONIO	19,007.00	27,463.02	39,404.47	54,557.38	72,466.57	91,654.36
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	19,007.00	37,009.95	51,451.85	69,480.07	90,782.86	113,792.41

EVALUACIÓN ECONÓMICA

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

La TMAR para nuestro proyecto será del 16% anual basado en una inversión que poseemos en una Compañía Inmobiliaria.

Cuadro N° 38: TMAR

Detalle	%
TMAR	16.00

Tasa Interna de Retorno

Cuadro N° 39: Cálculo TIR

Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL	\$ 15,371.00	15,371.00				
FLUJO OPERATIVO	-15,371.00	14,512.45	15,936.90	19,023.71	21,572.88	22,179.07
VALOR DE RECUPERACION						1,977.50
						24,156.57
TIR DEL PROYECTO E INVERSIONISTA						102%

Valor Actual Neto

Cuadro N° 40: VAN

DETALLE	FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO	VAN	RECUPERACION DE LA INVERSION
Inversión Inicial	-\$ 15,371.00			
Año 1	\$ 14,512.45	86.21%	12,511.18	-\$ 2,859.82
Año 2	\$ 15,936.90	74.32%	11,844.31	\$ 8,984.49
Año 3	\$ 19,023.71	64.07%	12,188.49	\$ 21,172.98
Año 4	\$ 21,572.88	55.23%	11,914.70	\$ 33,087.68
Año 5	\$ 22,179.07	47.61%	10,559.46	\$ 43,647.13
TOTAL			\$ 59,018.13	
INVERSION INICIAL			(\$ 15,371.00)	
VAN			\$ 43,647.13	

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que el proyecto de creación de la Empresa AVECILLA & ASOCIADOS es factible ya que la inversión podrá ser recuperada en el tercer año y el Valor Actual Neto para los cinco años arroja un valor superior al de la inversión inicial.

Adicionalmente la Tasa Interna de Retorno (TIR) es superior a la tasa de descuento (TMAR), por lo cual se considera que el proyecto será rentable.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA NUESTRO PROYECTO

Conclusiones:

- ✚ Luego de haber realizado los estudios más acertados para demostrar la, factibilidad, viabilidad y rentabilidad del proyecto; podemos mencionar que el objetivo más importante es que los micro, pequeñas y medianas empresas, cuenten con un servicio personalizado y de calidad que les brinde satisfacción en sus negocios y así poder desarrollar sus actividades comerciales dentro de la ley con total tranquilidad y respaldo. Con el fin de crear una cultura organizacional interna que ayude a la consecución de los objetivos en común.
- ✚ Del estudio realizado se puede concluir que es factible la creación de la Empresa de Asesoría Contable, Tributaria y Financiera, para Micro, Pequeñas y Medianas Empresas –MIPYMES- en el noroeste de la ciudad de Guayaquil.
- ✚ Se logró determinar que la mayoría de MIPYMES ecuatorianas tienen una débil estructura empresarial, con procesos contables, tributarios y financieros deficientes y lentos. Sin embargo a pesar de ésta situación tienen una escasa o nula consultoría profesional en finanzas, contabilidad y tributación, siendo un gran obstáculo para su desarrollo, crecimiento y progreso.
- ✚ El posicionamiento de la marca, en la mente de las MIPYMES de la ciudad de Guayaquil, se logrará con la aplicación de procesos modernos y eficientes que permitan el acercamiento al cliente y el perfeccionamiento constante del servicio.

✚ Se logró definir los procesos, encaminados a solucionar los problemas contables, tributarios y financieros de las MIPYMES, hasta convertirse en el aliado estratégico de nuestros clientes . La factibilidad financiera del proyecto se pudo demostrar a través del cálculo del valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR).

Recomendaciones:

- ✚ Recordar que la creación de una Empresa que ofrece Servicios Contables, Tributarios y Financieros, no sólo significa una inversión financiera, sino que requiere de una estructura organizacional moderna, acorde a los cambios constantes y acelerados que se dan en la época actual.
- ✚ Invertir constantemente en planes y programas de capacitación al personal; que les permita, estar actualizados y preparados para enfrentar el mercado de manera eficiente y con el fiel cumplimiento de las leyes, normas y disposiciones legales emitidas por los organismos estatales y de control.
- ✚ La consultoría para MIPYMES es una guía fundamental para crear estructuras empresariales eficientes y optimizar los procesos de la organización.
- ✚ Mantener suscripciones en las páginas web de los organismos estatales; ya que, será muy útil para un trabajo eficiente.
- ✚ Establecer claramente las políticas de la empresa, en base de las cuales deberán planificar sus actividades y trabajarán por objetivos, de tal manera que les permita superar las expectativas del cliente.
- ✚ Evaluar el comportamiento del mercado será fundamental para la toma de decisiones y el posicionamiento de la marca.
- ✚ Contar con tecnología de punta que permita brindar un servicio de calidad, cumpliendo con los tiempos y entrega de trabajo de manera oportuna y eficiente tanto a clientes internos como a clientes externos.

- ✚ La evaluación financiera determina la factibilidad operativa del proyecto. Por lo cual la creación de la Empresa AVECILLA & ASOCIADOS CIA. LTDA., tiene futuro y será rentable. Además contribuirá con el desarrollo del país, generando riqueza y fuentes de empleo.

- ✚ Cabe mencionar que al iniciar este tipo de negocio la rentabilidad se enfoca de acuerdo al crecimiento del mercado en nuestra ciudad y se lograra el éxito siempre y cuando se logre poner énfasis en la búsqueda y seguimiento de nuevos mercados dentro de la ciudad como de sus alrededores sobre todo porque por lo general no están al día en los tramites tributarios, de allí el trabajo capacitado y eficiente del (a) asesora comercial y sobre del servicio que se brinde.

- ✚ También es necesario acotar que el personal debe ser el más calificado e idóneo para desarrollar cada una de las actividades a ejecutar el mismo, que debe estar capacitado y actualizado con temas de aspecto tributario, contable y de asesoramiento.

- ✚ Para terminar no podemos dejar de mencionar que es imprescindible investigar de manera continua las necesidades de los clientes actuales y potenciales ya que en la actualidad este mercado es muy cambiante y por ende exige que se ofrezcan calidad e innovación del servicio.

BIBLIOGRAFIA

- Al Ries, Trout Jack, (2002). Posicionamiento: la batalla por su mente. Editorial McGraw-Hill.
- Banco Central Estadísticas, (2013). <http://www.bce.fin.ec/contenido.php>
- Dess, Gregory y G., (2003). Dirección Estratégica. Ed. Mc. Graw Hill.
- Donnelly James, Gibson James, John Ivancevich, (1997). Fundamentos de Dirección y Administración (8va ed.)México.
- Etkin, Jorge, (1978). Sistemas y estructuras de organización. Editorial Macchi
- INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Censo de población y vivienda Año 2010.
- INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Censo Nacional Económico Año 2010.
- Kotler, Philip, (2001). Dirección de Mercadotecnia. Editorial Prentice - Hall.
- Kotler, Philip y ARMSTRONG, Gary, (2001). Marketing. (8va ed.)
- Ley de Consultorías
- Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. RO #126, 26 enero de 2006
- Nassir y Reinaldo Sapag Chain, (2003). Preparación y evaluación de proyectos MacGraw Hill Interamericana, cuarta edición.
- Nassir y Reinaldo Sapag Chain, (2006). Formulación de Proyectos. Ed. Mc Graw Hill, p. 46.
- Porter Michael E, (2010). Ventaja Competitiva: Creación y Sostenibilidad de Un Rendimiento Superior
- Revista Decisión Edición 33

Sitios WEB

- www.sri.gob.ec
- www.supercias.gob.ec
- www.iess.gob.ec
- <http://planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf>
- <http://www.focoestrategico.com/>
- http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx
- <http://formacionhumana.files.wordpress.com/2008/06/competencias.pdf>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/erphbra.htm>
- <http://www.misionvisionvalores.com/>
- www.slideshare.net/mildredsapa/macrolocalizacion-localizacion-general-del-proyecto-8558431