



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN AUDITORIA Y FINANZAS

**DISEÑO DE UN PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE CONSULTORIA Y ASESORAMIENTO TRIBUTARIO – CONTABLE PARA
MIPYMES EN LA CIUDAD DE MACAS.**

**Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al
Grado de Magister en Auditoría y Finanzas**

Autora

SANDO YANGORA MARUJA NATIVIDAD

Director

PABLO PACHECO JARAMILLO, MSC.

AGOSTO 2015

QUITO

CERTIFICACION DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Sando Yangora Maruja Natividad, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional.

Además; y, que de acuerdo a la ley de propiedad intelectual, el presente trabajo de investigación pertenece todos los derechos a la Universidad Tecnológica Equinoccial, por reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Sando Yangora Maruja Natividad

INFORME DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL
TRABAJO DE GRADO

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita Sando Yangora Maruja Natividad, previo a la obtención del grado Magister en Auditoria y Finanzas, considero dicho trabajo reúne los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial por medio de la dirección general de postgrado para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los 31 días del mes de julio del 2015

Pablo Pacheco Paramillo, Msc.

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.

A mi amada hija Cristel Judith Herrera Sando por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y poder lograr mis objetivos, para un futuro mejor.

A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTOS

Dios y a mi hija.

Un sendero corto, una mirada en el tiempo, y una felicidad que delata la imposible forma de expresar un sentimiento que nace del corazón. Gracias es una palabra sublime de gran significado, pero imposible de compararse con lo que se siente por quienes han entregado su vida, compartido momentos de alegría y tristeza, tomando espacios tan grandes con situaciones tan pequeñas. Me atrevo a decir que a mis Padres, esa palabra inmensa, les queda corta, ya que ni el infinito puede tomar similitud del espacio que ocupan en mi vida, es por ellos y para ellos que he vivido y soñado, que he reído y he llorado, que inculcaron en mí la virtud de la responsabilidad, en instantes de profundo amor.

No puedo dejar de lado grandes amig@s, y los llamo así porque lo son. Personas que me hicieron entender que también hay que reír en esta vida, que lograr los objetivos significa hacer grandes sacrificios; y además, me demostraron que los amigos están en las buenas y en las malas. Gracias por darme la fuerza y esperanza y sobre todo no perder la fe.

Como parte especial quiero agradecer también a Pablo Pacheco Jaramillo, Msc. , un profesional en potencia, ejemplo de responsabilidad, deber y dedicación.

Se dice que cada ser humano es un mundo distinto, y que no puede deambular por el mundo sin relacionarse en sociedad. La verdad es que cada vez que se conoce a más personas, nace una razón más para agradecer.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACION DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DEL TRABAJO.....	II
INFORME DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL	III
TRABAJO DE GRADO.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTOS.....	V
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
CAPITULO I.....	1
CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.3 MARCO TEORICO	5
1.3.1 Estudio de la Situación Actual del Mercado.....	6
1.3.2 Estudio del Producto o Servicio	7
1.3.3 Estudio de Mercado.....	7
1.3.4 Estudio Técnico - Administrativo y Legal	8
1.3.5 Estudio Financiero	10
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	12
1.4.1 Objetivo General.....	12
1.4.2 Objetivos Específicos	12
1.5 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.6 JUSTIFICACION.....	13
1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	14
CAPITULO II:ANALISIS DEL SERVICIO.....	16
2.1 IDENTIFICACIÓN DEL TIPO DE SERVICIO.....	16
2.2 EN QUÉ NEGOCIO ESTÁ LA EMPRESA.....	18
2.3 ALCANCE DEL PRODUCTO Y MERCADO	18
2.4 A QUÉ CONSUMIDORES ATENDER	19
2.5 ¿QUÉ NECESIDAD SE SATISFACE?	20
CAPITULO III.....	22
ESTUDIO DE MERCADO	22
3.1 INTRODUCCIÓN	22

3.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	23
3.3	IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO.....	24
3.4	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	25
3.5	USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO	25
3.6	MERCADO OBJETIVO.....	26
3.7	APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	26
3.7.1	Selección del Universo	26
3.7.2	Tamaño de la Muestra.....	27
3.7.3	Elaboración de la Encuesta	28
3.7.4	Procesamiento de datos: Codificación y Tabulación	28
3.8	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	28
3.8.1	Determinación de la Demanda: (análisis de la encuesta).....	29
3.9	ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL MERCADO	39
3.10	ANÁLISIS DE PRECIOS	39
3.10.1	Precios del Servicio.....	40
3.10.2	Márgenes de Precios.....	40
3.11	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO.....	40
3.11.1	El Producto- El Servicio.....	41
3.11.2	El Precio.....	42
3.11.3	La Plaza o Punto de Venta.....	42
3.11.4	Promoción y Publicidad	43
CAPÍTULO IV.....	ESTUDIO TÉCNICO	45
4.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	45
4.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	45
4.2.1	Macro localización	46
4.2.2	Micro localización	47
4.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	48
4.4	REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	50
4.4.1	Requerimiento de Mano de Obra.....	50
4.4.2	Requerimiento de Insumos.....	51
4.4.3	Requerimiento de equipos y muebles de oficina	53
4.4.4	Requerimiento de Activos Fijos	55

4.4.4.1	<i>Activos Fijos No Depreciables</i>	55
4.4.4.2	<i>Recursos Financieros</i>	55
4.4.4.3	<i>Recursos Económicos</i>	55
4.4.4.4	<i>Distribución de las oficinas (plano)</i>	55
4.5	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	57
4.5.1	Nombre y Descripción de la Empresa	57
4.5.2	El Logotipo.....	57
4.5.3	Slogan	58
	SUS OBLIGACIONES Y FINANZAS EN NUESTRAS MANOS	58
4.6	FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	58
4.6.1	Misión	58
4.6.2	Visión.....	59
4.6.3	Objetivos de la Empresa de Asesoría.....	59
	Gerry y Kevan (2001) indican que: “Son los logros que la organización quiere alcanzar en un plazo determinado. Deben guardar coherencia con la misión y con el análisis externo e interno”.	59
4.6.4	Principios y Valores	60
4.6.5	ANÁLISIS FODA.....	61
4.6.5.1	<i>Fortalezas</i>	61
4.6.5.2	<i>Oportunidades</i>	61
4.6.5.3	<i>Debilidades</i>	62
4.6.5.4	<i>Amenazas</i>	62
4.7	MARCO JURÍDICO Y LEGAL	62
4.7.1	Requisitos para una compañía anónima)	72
4.8	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	73
4.9	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	74
4.9.1	Funciones del Gerente	74
4.9.2	Funciones del Presidente	74
4.9.3	Funciones del Contador y consultores.....	75
4.9.4	Funciones del Asistente de Recursos Humanos	76
4.9.5	Funciones de la Asistente Administrativa	76
4.9.6	Funciones del Conserje – Mensajero	77
5.1	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	78

5.1.1	Inversión Inicial	78
5.1.1.1	<i>Activos Fijos</i>	78
5.1.1.2	<i>Activo Diferido</i>	80
5.1.1.3	<i>Inversión de Personal</i>	81
5.1.2	Capital de Trabajo	82
5.1.3	Inversión Total	82
5.1.3.1	<i>Financiamiento</i>	83
5.1.3.2	<i>Capital Propio</i>	84
5.1.4	Estado de Situación Financiera Inicial del Proyecto 84_Toc426129957	
5.1.5	Estado de Resultados Integral del Proyecto	86
5.1.6	Flujo de Caja	87
5.2	INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO	88
5.2.1	Costo de Oportunidad	88
5.2.2	Costo Promedio Ponderado de Capital	89
5.2.3	Valor Actual Neto del Proyecto (VAN)	89
5.2.4	Tasa Interna de Retorno del Proyecto (TIR)	90_Toc426129970
5.2.5	Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto (PRI)	91
5.2.6	Costo Beneficio	92
5.2.7	Punto de Equilibrio del Proyecto	93
5.3	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	94
5.4	INDICADORES FINANCIEROS	95
CAPÍTULO VI	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
6.1	CONCLUSIONES	97
6.2	RECOMENDACIONES	98
BIBLIOGRAFÍA	99
ANEXOS	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipo de Empresas	4
Tabla 2. Tipos de Compañías	16
Tabla 3. Clasificación de las MIPYMES	23
Tabla 4. Actividad del Negocio.....	29
Tabla 5. Tamaño de la empresa	30
Tabla 6. Importancia de la opinión de profesionales externos a la empresa	31
Tabla 7. Preferencia al realizar una consultoría a bajo costo	32
Tabla 8. Áreas que desean aplicar consultoría	33
Tabla 9. Costos del servicio de Auditoria Externa.....	34
Tabla 10. Frecuencia de utilización del servicio de asesoría en Auditoria Externa	35
Tabla 11. Razones por las que contratarían el servicio de asesoría en Auditoria Externa.....	36
Tabla 12. Opinión de la creación de la empresa de asesoría en auditoria externa	37
Tabla 13. Opinión de contratar los servicios de asesoría en auditoria externa	38
Tabla 14. Inversión Mano de Obra.....	51
Tabla 15. Inversión en Suministros de Oficina.....	51
Tabla 16. Inversión en suministros de limpieza	52
Tabla 17. Inversión en muebles y enseres	53
Tabla 18. Inversión en Equipos de Oficina	54
Tabla 19. Inversión en equipos de computación.....	54
Tabla 20. Inversión en Activos Fijos no Depreciables.....	55
Tabla 21. Activos Fijos.....	79
Tabla 22. Depreciación de Activos Fijos	80
Tabla 23. Activos Diferidos	81
Tabla 24. Inversión Personal	81
Tabla 25. Capital de Trabajo.....	82
Tabla 26. Inversión Total	82
Tabla 27. Financiamiento.....	83
Tabla 28. Rendimiento de los Accionistas	83

Tabla 29. Capital Propio	84
Tabla 30. Balance General Proyectado	85
Tabla 31. Estado de Resultados Integral Proyectado	86
Tabla 32. Flujo de Caja Proyectado.....	87
Tabla 33. Evaluación Financiera.....	88
Tabla 34. Tasas para el Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital	89
Tabla 35. Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital con Escudo Fiscal	89
Tabla 36. Cálculo del Valor Actual Neto	90
Tabla 37. Cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión.....	92
Tabla 38. Cálculo de la Relación Costo – Beneficio	93
Tabla 39. Punto de Equilibrio.....	93
Tabla 40. Punto de Equilibrio en Ventas.....	94
Tabla 41. Análisis de Sensibilidad	95
Tabla 42. Análisis Financiero.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Determinación del universo de estudio	27
Gráfico 2. Porcentajes de las actividades del negocio	29
Gráfico 3. Porcentajes del tamaño de la empresa.....	30
Gráfico 4. Porcentaje de importancia de la opinión de profesionales externos a la empresa	31
Gráfico 5. Porcentaje de preferencia al realizar una consultoría a bajo costo....	32
Gráfico 6. Porcentaje de las áreas que desean aplicar consultoría.....	33
Gráfico 7. Porcentaje del costo del servicio de Consultoría	34
Gráfico 8. Porcentaje de la frecuencia de utilización del servicio de asesoría en Auditoría Externa.....	35
Gráfico 9. Porcentaje de las razones por las que contratarían el servicio de asesoría en Auditoría Externa	36
Gráfico 10. Porcentaje de la opinión de la creación de la empresa de asesoría en auditoría externa.....	37
Gráfico 11. Porcentaje de la opinión de contratar los servicios de asesoría en auditoría externa.....	38
Gráfico 12. Marketing Mix	41
Gráfico 13. Macro localización. Áreas de la ciudad de Macas	47
Gráfico 14. Micro localización. Áreas de la ciudad de Macas	48
Gráfico 15. Ingeniería del Proyecto	49
Gráfico 16. Requerimiento de Recursos	50
Gráfico 17. Distribución de Oficina	56
Gráfico 18. Logotipo de la Empresa	57
Gráfico 19. Organigrama Estructural.....	73

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas necesitan acudir al asesoramiento profesional, que antes solamente conseguían las grandes y medianas compañías por los costos relativamente altos que estos representaban y porque no existía una cultura adecuada en los altos ejecutivos.

En la ciudad Macas la mayoría de negocios y mipymes no tienen implementado un sistema contable, por razones de política de la dirección o por razones de tamaño, porque en las pequeñas empresas la estructura operativa no permite la implementación de un proceso contable; en consecuencia este trabajo va a ser de mayor utilidad para el control en las empresas que no tengan implementado un sistema contable que funcione adecuadamente; esto va a permitir desarrollar procedimientos de comprobación de información más eficientes.

La presente investigación se centra en la creación de una empresa de asesoramiento tributario contable para las personas naturales que realizan actividades económicas o negocios y para las mipymes en el, se ocupará de prestar los servicios de asesoría, el tiempo de duración de la evaluación del proyecto será de cinco años correspondientes al 2014 al 2018

La creación de la Empresa de Asesoramiento tributario contable, permitirá a los negocios y mipymes con un aliado estratégico que contribuya a mejorar notablemente sus procesos de trabajo, enmarcados en la ley y con la rapidez oportuna que el mundo actual lo requiere, con la convicción de que se puede ofrecer un servicio profesional y de calidad y con un rápido retorno de la inversión. Es necesario mencionar que el manejo contable, financiero y tributario de las micro, pequeñas o medianas empresa o de cualquier actividad económica, constituye la piedra angular del éxito, ya que permitirá cuantificar, medir y mejorar los resultados económicos expresados en términos monetarios, además evita que estas incurran en sanciones y multas, así como interés, que en muchos casos son representativos en función de sus registros financieros; por lo tanto se

considera éste como un mercado insatisfecho pese a que representan y juegan un rol importante dentro de la economía ecuatoriana.

Resulta imprescindible conocer el sector en el que se va a introducir, su funcionamiento, tendencia actual (si está en crecimiento, estancado, o evolucionando), barreras de entrada y salida, cómo se trabaja si existe alguna normativa o legislación que imponga algún tipo de requisitos o implementos al desarrollo de dicha actividad, y si existe alguna asociación de la regio donde se instale también influirán en su actividad. (Blanco, 2008).

Es por esto que se plantea la creación de una empresa de asesoramiento de auditoría externa para MIPYMES no obligados a presentar informes de auditoría en la ciudad de Macas, por ello y partiendo de esta premisa hemos procedido a seleccionar, analizar y desarrollar las categorías teóricas que en forma lógica y secuencial hemos estructurado a fin de que sean el sustento científico y bibliográfico para el trabajo de campo de nuestra tesis de grado.

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de emprendimiento, mercado, finanzas, administración, y leyes que regulan la economía y finanzas de nuestro país. Además de aplicar los conocimientos y destrezas adquiridas.

Lo cual permitirá definir la factibilidad operativa de la empresa de asesoramiento tributario contable para MIPYMES, en la ciudad de Macas para satisfacer el mercado insatisfecho.

La empresa tenderá a ser más específica para los clientes que están solicitando servicios más detallados. La asesoría, a semejanza de cualquier otra profesión o servicio se basa en el conocimiento y la actualización con respecto a cambios en la ley y reglamentos.

CAPITULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

La actual situación económica del país exige hoy en día que las instituciones públicas y las micro, pequeñas y medianas empresas realicen grandes esfuerzos no solamente para crecer, sino que simplemente para mantenerse en el mercado cada vez más competitivo; esto obliga a las organizaciones a buscar la optimización operativa y de procesos tanto contables, financieros y tributarios. Para cumplir con lo dicho, las empresas necesitan acudir al asesoramiento profesional, que antes solamente conseguían las grandes y medianas compañías por los costos relativamente altos que estos representaban y porque no existía una cultura adecuada en los altos ejecutivos.

En la actualidad las mipymes revelan la necesidad de estar preparados para asumir los nuevos retos que se derriban de las diferentes situaciones en las que se encuentran y de la cual depende mucho el futuro y desarrollo de la empresa.

La globalización de los mercados conduce a que las micro, pequeñas y Medianas empresas conocidas como MIPYMES, estén sujetas a transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas, entendiendo que se debe dar paso al desarrollo de nuevas estrategias que permitan impulsar su desarrollo con la creación de nuevos servicios como medio para poder ganar apertura en el mercado actual.

El surgimiento de mipymes en la mayoría de los casos provienen de las necesidades económicas de las personas, una variable también es la falta de empleo, es de esta manera que surgen las oportunidades de crear su propia micro empresa.

“El gerente Pyme en América Latina generalmente es empírico y no tiene el hábito de capacitarse y actualizarse permanentemente, que es una exigencia de la sociedad de la información”, (Camacho, 2008)

Algunas mipymes por no contar con la asesoría en áreas contables y financieras, así como en temas tributarios, deben afrontar problemas significativos de multas e intereses por incumpliendo de obligaciones tributarias, muchas veces esto ocurre por desconocimiento de la normativa contable y tributaria, si a esto le sumamos la ubicación geográfica de estas mipymes, en zonas rurales como es el caso del , en donde prácticamente no existen empresas que brindan asesorías de este tipo, los problemas se agravan en estos sectores en donde la cultura tributaria es muy escasa.

Tanto las personas naturales como jurídicas especialmente las mipymes realizan actividades comerciales, por lo que tienen el deber de cumplir con sus obligaciones tributarias ante el Servicio de Rentas Internas, llevar un estricto control de los registros contables, pero se encuentran limitados al no contar con entidades de consulta, asesoría y también, con el personal idóneo, de tal manera que les permita cumplir con las obligaciones tributarias que exige las normativas.

Según la Agenda para la Transformación Productiva Territorial, la provincia de Morona Santiago, ubicada actualmente dentro de la Zona de Planificación 6, cuenta con 23.796,8 Km² aproximadamente, es decir, el 67% de la ZP6 y el 9% a nivel nacional y la división política actual esta provincia, tiene 12 cantones y 58 parroquias: Morona (9 parroquias), Gualaquiza (9 parroquias), Limón Indanza (6 parroquia), Palora (5 parroquias), Santiago (7 parroquias), Sucúa (4 parroquias), Huamboya (2 parroquias), San Juan Bosco (5 parroquias), Taisha (5 parroquias), Logroño (3 parroquias), Pablo Sexto (1 parroquias) y Tiwintza (2 parroquias).(Ministerio de coordinación de la producción, empleo y competitividad, 2011)

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Se sabe qué hace varios siglos ya se practicaban procesos de asesoría y auditorías; reyes o gente poderosa de esos tiempos tenían como exigencia la correcta administración de las cuentas por parte de los escribanos, de modo que se pudieran evitar desfalcos o que alguna persona se aprovechara de las riquezas que en aquella época costaban tanto sudor y sangre conseguir. (Tandazo, 2012)

Desde entonces, y hasta principios del siglo XX, las auditorías y consultorías contables fueron creciendo y su demanda se extendió por toda Inglaterra, llegando a Estados Unidos, donde los antecedentes de estas prácticas contables fueron forjándose, en busca de nuevos objetivos donde la detección y la prevención del fraude pasaban a segundo plano y perdía cierta importancia. (Tandazo, 2012)

En 1940 los objetivos de las auditorías y consultorías abarcaban, no tanto el fraude, como las posiciones financieras de la empresa o de los socios o clientes que las constituían, de modo que se pudieran establecer objetivos económicos en función de dichos estudios. De manera paralela a dicho crecimiento de la auditoría en América, aparece también el antecedente de la auditoría interna o auditoría de gobierno que en 1921 fue establecida de manera oficial mediante la construcción de la Oficina general de contabilidad

Las asesorías y consultorías tienen sus inicios desde que el mismo hombre comienza a ayudar a otra persona en una labor y que conlleva a que esa persona que presta esta asistencia haya adquirido algún tipo de conocimiento, con estudios adelantados en un centro universitario.

En la ciudad Macas la mayoría de negocios y mipymes no tienen implementado un sistema contable, por razones de política de la dirección o por razones de tamaño, porque en las pequeñas empresas la estructura operativa no permite la implementación de un proceso contable; en consecuencia este trabajo va a ser de mayor utilidad para el control en las empresas que no tengan implementado un sistema contable que funcione adecuadamente; esto va a

permitir desarrollar procedimientos de comprobación de información más eficientes.

Macas es una ciudad del Ecuador, capital de la provincia de Morona Santiago, es la cabecera del cantón Morona, tiene una población estimada en 41.155 habitantes. Está situada al sur oriente del Ecuador, a una altura de 1020 m sobre el nivel del mar. Macas cuenta con multitud de cabañas pensadas para estar en contacto con la naturaleza estas cabañas tienen todas las comodidades y son hermosas. También se pueden hacer deportes acuáticos como rafting por los numerosos ríos de los que dispone Macas. La mayoría de los habitantes de Macas son personas que han migrado desde la ciudad de Cuenca, con gran influencia de esta ciudad

Macas se está desarrollando en lo que se refiere a infraestructura urbana, lo que ha conllevado el incremento de diferentes negocios en diversos tamaños: micro, pequeños y medianos, los mismos que ayudan a la población a satisfacer en gran parte sus necesidades.

Durante el tiempo que he residido en este cantón he podido observar de cerca la forma de vida de la ciudadanía, como también las fortalezas y debilidades de este joven cantón.

Tabla 1. Tipo de Empresas

	Micro	Pequeñas	Mediana	Grandes
Número de Empleados	De 1 a 9	Hasta 49	50 - 199	Mayor a 200
Valor Bruto de Ventas Anuales	100000	1000000	1000001 a 500000	Mayor a 500000
Valor de Activos Totales	Menor a 10000	De 100001 hasta 750000	750001 a 4000000	Mayor a 4000000

Fuente: Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha

La presente investigación se centra en la creación de una empresa de asesoramiento tributario contable para las personas naturales que realizan actividades económicas o negocios y para las mipymes en el, se ocupará de prestar los servicios de asesoría, el tiempo de duración de la evaluación del proyecto será de cinco años correspondientes al 2014 al 2018

La creación de la Empresa de Asesoramiento tributario contable, permitirá a los negocios y mipymes con un aliado estratégico que contribuya a mejorar notablemente sus procesos de trabajo, enmarcados en la ley y con la rapidez oportuna que el mundo actual lo requiere, con la convicción de que se puede ofrecer un servicio profesional y de calidad y con un rápido retorno de la inversión.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es necesario mencionar que el manejo contable, financiero y tributario de las micro, pequeñas o medianas empresa o de cualquier actividad económica, constituye la piedra angular del éxito, ya que permitirá cuantificar, medir y mejorar los resultados económicos expresados en términos monetarios, además evita que estas incurran en sanciones y multas, así como interés, que en muchos casos son representativos en función de sus registros financieros; por lo tanto se considera éste como un mercado insatisfecho pese a que representan y juegan un rol importante dentro de la economía ecuatoriana.

1.3 MARCO TEORICO

Nos enfocaremos en la interpretación de la discusión académica de conceptualizaciones y diversas teorías de autores representativos en el área y que nos apoyen en el desarrollo de un plan de negocios para la factibilidad de la creación de la empresa de asesoría tributaria-contable para personas naturales que realizan actividades económicas y mipymes.

1.3.1 Estudio de la Situación Actual del Mercado

Resulta imprescindible conocer el sector en el que se va a introducir, su funcionamiento, tendencia actual (si está en crecimiento, estancado, o evolucionando), barreras de entrada y salida, cómo se trabaja si existe alguna normativa o legislación que imponga algún tipo de requisitos o implementos al desarrollo de dicha actividad, y si existe alguna asociación de la región donde se instale también influirán en su actividad. (Blanco, 2008)

Los cambios fundamentales que en materia tributaria ha generado el gobierno, más las nuevas disposiciones de la Superintendencia de Compañías referente a la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), hace que necesariamente las organizaciones en especial las Mipymes, adopten las nuevas disposiciones en materia y en la generación de sus estados financieros.

Estos cambios que ha generado el gobierno en la nueva Constitución, y nuevos procesos contables aunado al auge de las empresas auditoras a nivel nacional; han creado un panorama no muy halagüeño para las empresas y en especial para las firmas auditoras nacionales. Este ambiente ha provocado que la competencia tienda a ser desleal, con la finalidad de poder subsistir en el medio, desintegrando de esta forma a empresas auditoras contables serias.

En estos momentos, las circunstancias en que se desenvuelve el País, demanda de más empresas asesoras que puedan servir como una guía en el desarrollo del control interno. En base a estos antecedentes, podemos concluir que dichas empresa necesitarán de personal capacitado en materia de auditoría externa, 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 de auditoría 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.

Es por esto que se plantea la creación de una empresa de asesoramiento de consultoría para mipymes en la ciudad de Macas, por ello y partiendo de esta premisa hemos procedido a seleccionar, analizar y desarrollar las categorías teóricas que en forma lógica y secuencial hemos estructurado a fin de que sean el sustento científico y bibliográfico para el trabajo de campo de nuestra tesis de grado.

1.3.2 Estudio del Producto o Servicio

Consiste en definir todos los aspectos y características que realmente se demandan de ese producto o servicio, para ver si satisface realmente una necesidad concreta del mercado, para conocer los posibles clientes se debe segmentarse el mercado, delimitar el perfil concreto del cliente potencial.

Blanco A expresa que el estudio de mercado persigue verificar la posibilidad de penetración real del producto o servicio en un mercado determinado, que permita medir los riesgos y posibilidades de éxito.

1.3.3 Estudio de Mercado

El estudio de mercado permitirá identificar claramente las necesidades de los consumidores, las expectativas sobre el servicio de asesoría y consultoría de acuerdo con las preferencias del cliente.

Ante esto, Sapag (2007) indica que

El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden proveerse simulando la situación futura y especificando

las políticas y los procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial.

Análisis de la Demanda, el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementara con la aceptación del proyecto. (Sapag, 2007)

Análisis de la Oferta: Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Vaca Urbina, 2006)

Análisis de los Precios: es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. (Vaca Urbina, 2006)

Análisis de Comercialización: la comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. (Vaca Urbina, 2006)

1.3.4 Estudio Técnico - Administrativo y Legal

El estudio técnico del proyecto permitirá definir o determinar los requerimientos necesarios de obras físicas, maquinaria y equipos, además de su vida útil, los recursos humanos y materiales necesarios para poner en marcha un proyecto. Cuando el proyecto es de creación de una nueva empresa, se hace conveniente calcular el efecto económico de cada componente que permitirá hacer funcionar al proyecto.

El objetivo del estudio técnico es diseñar la labor de producción lo mejor posible para que, utilizando los recursos disponibles se obtenga el producto o servicio demandado a costos mínimos, con la calidad que satisfaga a los clientes. (Ocampo, 2002)

Para realizar un estudio técnico el autor (Sapag, 2007) propone analizar los siguientes aspectos: los equipos, las obras físicas, el personal, los insumos, el tamaño, la localización, entre los más importantes.

El Tamaño del Proyecto:(Vaca Urbina, 2006)define “el tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año, se considera optimo cuando opera con los menores costos totales, o la máxima rentabilidad económica”.

La Localización del Proyecto: (Ocampo, 2002) respecto a la localización dice “si la empresa es de manufactura, la localización se orienta a minimizar costos; si se trata de un proyecto destinado a proporcionar servicios, la localización se orienta a maximizar ingresos”.

El estudio administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores, para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima,

sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto(Slideshare, 2013).

1.3.5 Estudio Financiero

El estudio financiero del proyecto de factibilidad tiene por objetivo hacer una presentación de los elementos que participan en la estructuración financiera del mismo.

Cordova Padilla (2006) manifiesta que el estudio financiero es “la especificación de las necesidades de los recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas, su forma de financiación, y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto”

El estudio financiero nos permitirá organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa para la formación de insumos o prestación de servicios y determinación del monto de capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación.

La viabilidad económica es poder vender el producto a un precio mayor al coste que pagaste para obtenerlo, en cambio, la viabilidad financiera es tener la capacidad para poder soportar los gastos a corto, medio y largo plazo.(Emprendedores, 2015).

Según el libro Gestión de Proyectos del autor (Miranda, 2005)en un estudio financiero se debe estudiar los siguientes aspectos:

Presupuestos de Inversiones: Las inversiones que se hacen principalmente en el periodo de instalación se pueden clasificar en tres grupos: las inversiones fijas, las inversiones diferidas y el capital de trabajo

Capital de Trabajo: De acuerdo a Vaca Urbina (2006) el capital de trabajo es “la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante”.

Punto de Equilibrio: Vaca Urbina (2006) manifiesta que el punto de equilibrio es “el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.

Criterios de Evaluación: La evaluación del proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión. Los métodos más comunes corresponden a los denominados: valor actual neto, más conocido como VAN, la tasa interna de retorno o TIR, el periodo de recuperación y la relación beneficio - costo. (Vaca Urbina, 2006)

Valor Actual Neto: el valor actual neto “representa la equivalencia presente de los ingresos netos futuros y presentes de un proyecto” (Mokate, 2004).

Tasa Interna de Retorno: define la tasa interna de retorno como “la tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidades sacrificadas (Mokate, 2004).

Relación Costo Beneficio: Para Fontaine (2006) manifiesta que “es la razón entre los valores actuales de los beneficios y de los costos ”Finalmente se presentarán conclusiones y recomendaciones como interpretaciones globales de los resultados de la investigación para el logro de un escenario favorable.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1 Objetivo General

Evaluar la factibilidad de creación de una empresa de asesoramiento de tributario y contable para micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del Sector de Servicios que ofrecen asesoramiento tributario contable para MIPYMES.
- Determinar los servicios a ofrecer por parte de la empresa de asesoramiento tributario contable para MIPYMES.
- Desarrollar el análisis del mercado, para determinar el tipo de servicio, mercado objetivo, demanda, competencia, precios de mercado, propio de la empresa de asesoramiento tributario contable para MIPYMES.
- Realizar un análisis técnico, administrativo y legal que permita identificar la estructura organizacional para la presentación de servicios de la empresa de asesoramiento tributario contable para MIPYMES.
- Determinar el estudio financiero; con el fin de establecer la factibilidad económica y financiera que permitirá la toma de decisiones para la prestación de servicios de asesoramiento tributario contable para MIPYMES.

1.5 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

La creación de la empresa de servicios de asesoramiento tributario contable para mipymes permitirá la optimización de recursos y generación de una rentabilidad aceptable y atractiva para inversionistas y que al mismo tiempo satisfaga a clientes internos y externos.

1.6 JUSTIFICACION

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de emprendimiento, mercado, finanzas, administración, y leyes que regulan la economía y finanzas de nuestro país. Además de aplicar los conocimientos y destrezas adquiridas.

Lo cual permitirá definir la factibilidad operativa de la empresa de asesoramiento tributario contable para MIPYMES, en la ciudad de Macas para satisfacer el mercado insatisfecho.

El asesoramiento tributario contable puede cumplir a cabalidad los objetivos de racionalizar los escasos recursos disponibles, tener acceso a información más confiable para la toma de decisiones, además permite evitar la generación de multas y sanciones así como de interés tributarios, para lo cual es necesario que se la brinde con calidad y en la oportunidad con la que se la requiere. Para ello, no solamente se necesita el buen desempeño de los asesores en la prestación de sus servicios, sino también que las mipymes presenten sus requerimientos con mayor precisión y sujetos a indicadores, seguimiento, y valuación de los trabajos, para que cada estudio, materia de la asesoría, se constituya en un verdadero aporte al desarrollo del país.

El impacto de crear la empresa de Asesoramiento tributario y contable es llegar a comprender la importancia en las mipymes para determinar a tiempo cualquier tipo de desfalco o fraude que se esté generando la misma y dar a

conocer los controles necesarios para evitar el riesgo que cada empresa corre en el día a día.

El aporte Con la creación de una empresa de asesoría tributario y contable contribuirá en alguna medida a generar fuentes de trabajo de manera directa e indirecta, mejorando el nivel de vida de las personas.

El beneficio es ofrecer un asesoramiento con calidad, profesional y personalizado con costos bajos que permita que futuros clientes, confíen la información de sus empresas y negocios, de esta manera brindar una información real con el propósito de que se tomen decisiones correctas y oportunas.

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Procedimiento ordenado que se sigue para establecer el significado de los hechos y fenómenos hacia los que se dirige el interés científico para encontrar, demostrar, refutar y aportar un conocimiento.

El método inductivo se analiza solo casos particulares, cuyos resultados son tomados para extraer conclusiones de carácter general. A partir de las observaciones sistemáticas de la realidad se descubre la generalización de un hecho y una teoría. Se emplea la observación y la experimentación para llegar a las generalidades de hechos que se repiten una y otra vez. (Ferrer, 2010)

El método deductivo a través de observaciones realizadas de un caso particular se plantea un problema. Éste lleva a un proceso de inducción que remite el problema a una teoría para formular una hipótesis, que a través de un razonamiento deductivo intenta validar la hipótesis empíricamente. (Ferrer, 2010)

Para la investigación se realizará basándose en una investigación sustentada con la demanda insatisfecha de la ciudad de Macas. La metodología que se utilizará será la inductiva constará de consultas en libros, Internet, papers, encuestas y demás documentos que puedan sustentar la investigación ya que es de fácil

aplicación y permiten obtener información concreta y directa de las personas involucradas.

Técnicas de Investigación: son los procedimientos relacionados con la selección del problema, formulación de hipótesis, planeación de trabajos, recolección de información, preparación de gráficas y redacción de informes (Roblero, 2006). La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia. (Ferrer, 2010)

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva. (Ferrer, 2010)

Para la elaboración de la tesis se utilizará las siguientes herramientas de investigación:

Entrevistas se realizaran a los Gerentes realizando visitas directamente
Encuestas se realizara a empresas mipymes.

Entrevista es la comunicación establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Encuesta consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitud eso sugerencias.

CAPITULO II

ANALISIS DEL SERVICIO

2.1 IDENTIFICACIÓN DEL TIPO DE SERVICIO

El Artículo 1 de la Ley de Consultoría dice:

Para los efectos de la presente Ley, se entiende por consultoría, la prestación de servicios profesionales especializados, que tengan por objeto identificar, planificar, elaborar o evaluar proyectos de desarrollo, en sus niveles de prefactibilidad, factibilidad, diseño u operación. Comprende, además, la supervisión, fiscalización y evaluación de proyectos, así como los servicios de asesoría y asistencia técnica, elaboración de estudios económicos, financieros, de organización, administración, auditoría e investigación.. (Ley de consultoría, 2004).

Según el artículo 2 de la Ley de consultoría:

La consultoría podrá ser ejercida por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras de conformidad con la presente Ley y su reglamento. Cuando esta Ley utilice la palabra "Consultores", se entenderá que comprende indistintamente a las personas indicadas.(Ley de consultoría, 2004).

Según resolución se establece las normas con respecto a la obligación de efectuar una auditoría externa tipo consultoría de los estados financieros de las siguientes compañías.

Tabla 2.Tipos de Compañías

<i>TIPO DE COMPAÑÍAS</i>	<i>BASE DE ACTIVO</i>
Las compañías nacionales de economía mixta y las anónimas con participación de personas jurídicas de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública.	US\$ 100,00
Las sucursales de compañías o empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas que se hubiere establecido en el Ecuador y las asociaciones que éstas	US\$ 100.000

formen entre sí o con compañías nacionales.	
Las compañías nacionales anónimas, en comandita por acciones y de responsabilidad limitada.	US\$ 1.000.000

Fuente: Superintendencia de Compañías

La auditoría externa en el Ecuador se encuentra establecida de manera obligatoria por la "Superintendencia de Compañías" para aquellas Compañías que superen en US\$ 1.000.000 dólares los activos totales del ejercicio económico anterior

El propósito de la consultoría en auditoría externa es crear una lista definida de las oportunidades que podrían beneficiar a las MIPYMES que no están obligadas a presentar informes de auditoría externa y de las amenazas que deben evitarse, logrando satisfacer las necesidades manifestadas por las empresas a través de la prestación de los servicios profesionales y especializados; se podrá ofrecer un servicio de calidad que le permita tomar la decisión de contratar estos servicios.

El servicio que se ofertará es de asesoría y consultoría para la mipymes en la ciudad Macas, éste servicio es bastante técnico y/o profesional (especializado), responde a la conveniencia del cliente o del negocio, pueden ser adquiridos de manera oportuna, en el menor tiempo y con la mayor calidad posible, siguiendo los términos del contrato y son consumidos al momento de tal adquisición.

Se debe considerar que la gran mayoría de las 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, el servicio que se ofrecerá a las empresas 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.

El principal objetivo de la consultoría es dar la credibilidad de que las informaciones suministradas son reales y que cumplen con las normas contables.

2.2 EN QUÉ NEGOCIO ESTÁ LA EMPRESA

La empresa de asesoramiento está dirigida a MIPYMES que no están obligadas a presentar informes de auditoría surge debido a que este tipo de compañías no cuentan con empresas que les ofrezcan estos servicios, considerando que el volumen de transacciones realizadas por las microempresas no son tan grandes, se puede considerar que el servicio que requieran será ágil y rápido.

La empresa tenderá a ser más específica para los clientes que están solicitando servicios más detallados. La asesoría, a semejanza de cualquier otra profesión o servicio se basa en el conocimiento y la actualización con respecto a cambios en la ley y reglamentos.

Entre los servicios que ofrece la empresa se encuentran: consultoría en contabilidad y tributación por efecto de sus actividades mercantiles, los servicios que se presentará no solo se quedan en el reporte contable, se extiende a las áreas de gestión, administración y control de los departamentos financiero y contabilidad.

La distribución del servicio de asesoría se lo realizará de manera directa con el contribuyente, es decir de manera personalizada con la opción de satisfacer sus necesidades desde el lugar donde se encuentre o si es su elección desde las oficinas.

2.3 ALCANCE DEL PRODUCTO Y MERCADO

La empresa de consultoría tributaria contable asumirá la responsabilidad por la calidad e integridad del asesoramiento que se brindará, para el efecto se

necesitará independencia técnica, financiera, política y emocional, aun cuando el asesoramiento, a veces, pueda ir contra los propios intereses. Por esta razón es que será una empresa asesora que se comprometerá con el resultado de él asesoramiento.

Se podrá colaborar con los clientes en todas las fases de su desarrollo, se realizara una evaluación del negocio para determinar las condiciones en que se comienza la asesoría, desde el primer instante determinando las condiciones y características del proyecto construyendo una base documental, ayudando a poder detectar donde se encuentran las mayores ganancias y donde se está fallando.

De igual manera se ayudará en el diagnóstico de los problemas y la búsqueda de soluciones; en la satisfacción de sus necesidades y en la búsqueda de oportunidades de negocios.

Se trabajará para ayudar a que los microempresarios puedan construir un desafío y logren cumplir sus objetivos.

El asesoramiento será continuo, para poder buscar y seleccionar en función de los gastos y preferencias, capacidad económica, la manera adecuada en la que deba eficazmente manejar una mipymes y poder maximizar las ganancias, se cumplirá con la más estricta confidencialidad respecto a cualquier información facilitada por el cliente.

2.4 A QUÉ CONSUMIDORES ATENDER

El mercado potencial local se identifica la micro pequeña y mediana empresa, los cuales son quienes hacen uso de estos servicios.

Además, los contribuyentes, ante las reformas fiscales y a la necesidad de dirigir adecuadamente el área financiera de sus empresas, hacen incrementar la

demanda de estos servicios. Por lo tanto es necesario conocer los beneficios y ventajas que las consultoras ofrecen.

Este servicio estará dirigido básicamente hacia las mipymes, los cuales tendrán como ayuda nuestro servicio, se pensó en este servicio ya que no todos los microempresarios cuentan con una formación académica, o tal vez una visión clara acerca del negocio en donde se están desarrollando.

Muchas de las mipymes no llegan a cumplir más de un año en el mercado ya que no cuentan con una estructura financiera sólida y no saben cómo estructurarla para poder mantenerla en perfecta situación a nivel empresarial, hay que tener en cuenta que otros de los factores básicos e importantes es la parte financiera, esto ayudará a distribuir el dinero de forma correcta y a manejar para que se multiplique y no se estanque la empresa con un mal uso, el cual puede llevar a la quiebra a muchas empresas.

2.5 ¿QUÉ NECESIDAD SE SATISFACE?

La gama de servicios que ofrece la consultora tiene como mercado objetivo las micro, pequeñas y medianas empresas que laboran en la ciudad de Macas.

En la actualidad no existe un enfoque particular con respecto al tipo de empresas o de profesionales que se definen como mercado objetivo de la consultora, sin embargo, con el transcurso de los años se ha desarrollado una especialización en el manejo contable, tributario y auditoría en las empresas.

Las empresas de la ciudad de Macas concentran sus actividades en producción, comercialización y servicios debido a que es el punto principal que contribuye a todo tipo de intercambio comercial. Todas estas empresas pertenecen según su número de personal, a las distintas categorías como: micro, pequeñas, medianas o grandes empresas.

La identificación del entorno competitivo plantea el problema de decidir la posición que desean las consultoras ocupar ante los clientes, es decir, elegir el nivel de posicionamiento que poseen los servicios que estos brindan, ya que uno de los factores fundamentales en el éxito de los servicios es enfrentarse a mercados competitivos para ubicarse en un adecuado posicionamiento.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

Para Kotler, Bloom y Hayes, citado en Geoffrey (2003), el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (p.120).

La labor que tendría la consultoría como parte esencial de una empresa de asesoría es el de actuar como "agente de cambio", basado en la transferencia de conocimientos. La consultoría tiene su origen en el sector privado, teniendo muy en cuenta la nueva tendencia de realizar los negocios.

Las empresas más importantes y exitosas en el mercado consideran de suma importancia a los diferentes tipos de consultores por los resultados obtenidos, que han sido claves para el posicionamiento de su empresa en el mercado.

El estudio de mercado, busca determinar un excelente servicio, que incorporado un valor, pueda diferenciarse de la competencia y que los consumidores estén dispuestos a adquirirlo, pagando un precio establecido, de acuerdo a las condiciones de pago negociadas.

Actualmente en Ecuador, 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.

Tabla 3. Clasificación de las MIPYMES

	# TRABAJADORES	VENTAS BRUTAS	VALOR ACTIVOS
Microempresas	0 - 9	Hasta \$ 100.000	Menos de \$ 100.000
Pequeñas	10 - 49	\$ 1000.001 - \$1000.000	De \$ 100.001 - \$ 750.000
Mediana	50 - 199	\$ 1000.001 - \$ 5000.000	De \$ 750.001 - \$ 400.000

Elaborado por: Por: Maruja Sando

Fuente: CAPEIPI

Para lograr implementar y poder visualizar la factibilidad de la creación de la Empresa de Asesoramiento Tributario Contable para mipymes se analizará inicialmente el sector al cual pertenece, especialmente en términos de servicios, mercados, clientes, empresas, proveedores.

Es dentro de este contexto que se genera el presente proyecto de factibilidad para la Creación de la Empresa de consultoría en la ciudad de Macas, cuya misión trascendental es de brindar apoyo a las diferentes empresas que buscan cumplir con sus objetivos y permanecer en el mercado y así poder tomar una decisión idónea, certera y capaz de poder minimizar el riesgo.

De igual manera éste tipo de empresas asesoras no solo dan solución a problemas inmediatos, sino también, previene futuros problemas que pudieran darse con el transcurso del tiempo, he ahí la importancia de la creación de la misma.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar la factibilidad de la Creación de la Empresa de consultoría y asesoramiento tributario contable para mipymes que no están obligados a

presentar informes de auditoría en la ciudad de Macas, para brindar un servicio de calidad y mejorar el desempeño de las empresas.

- Determinar y/o cuantificar la demanda y la oferta existentes.
- Conocer las necesidades y requerimientos de los potenciales clientes
- Determinar el precio del servicio que se va ofertar.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO

El presente proyecto de creación de la Empresa de consultoría y asesoramiento tributario contable para mipymes, está orientado hacia el sector de los servicios, brindando diferentes herramientas y medios que permitan construir caminos, mejorando diferentes puntos estratégicos de las empresas.

El diagnóstico, la planificación y la evaluación en cada empresa permiten a los empresarios, jefes, encargados, empleados, lograr una mejora continua y cambios positivos en el lugar de trabajo.

La empresa brindará soluciones empresariales para el fortalecimiento de las empresas, que les permitirá obtener un crecimiento sostenido y rentabilidad en el tiempo, es un servicio profesional de asesoramiento dirigido a las empresas, a través de personas capacitadas tanto profesional como intelectualmente, complementando con su experiencia respectiva, quienes serán los encargados de tener la suficiente habilidad para poder detectar las diferentes falencias de la organización y luego de un análisis minucioso poder recomendar o sugerir alternativas de mejora para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, ya sea en el corto, mediano o largo plazo.

3.4 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Dentro de las principales características que tendrá la empresa de consultoría y asesoramiento tributario contable para mipymes a presentar informes de auditoría son las siguientes:

Los servicios serán impartidos por profesionales que poseen ética profesional, basada en su experiencia, cortesía, quienes poseen juicio correcto para ser capaces de juzgar con objetividad.

- Confidencialidad de toda la información proporcionada por la empresa que contrate los servicios.
- La asesoría es un servicio independiente caracterizado por la experiencia e imparcialidad del consultor.
- El papel principal de los asesores es actuar con responsabilidad por la calidad e integridad de los servicios prestados.
- Proporcionar conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos a los clientes.
- Se basa en un análisis de hechos concretos y en la búsqueda de soluciones originales y viables.
- Ofrecer resultados tangibles, concretos, específicos y congruentes en términos de costo y tiempo.
- Una buena asesoría es una inversión y no un gasto.
- El cambio es la razón de ser de la asesoría para mejorar el rendimiento de los clientes, es el promotor del cambio.

3.5 USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

Empresa de consultoría y asesoramiento tributario contable, deberá existir siempre y cuando sus servicios satisfagan las necesidades de sus usuarios, es por esto que los directores recurren por sus servicios si se dan cuenta de que necesitan ayuda para resolver un problema determinado.

El Servicio de consultoría y asesoría empezará cuando la empresa presenta una determinada situación considerada como insatisfecha en la que se ha producido un cambio, que se lo debe analizar para realizar una mejora, teniendo en cuenta que todo cambio analizado y mejorado por el asesor va a mejorar la calidad de la dirección y ver una mejora continua en el interior de cada organización.

En definitiva la asesorías ayudan al mejoramiento de la dirección y al excelente funcionamiento de la organización, de igual manera existe un aporte de conocimientos y técnicas especiales, se constituyen en una intensa ayuda profesional y ante todo justifican las decisiones tomadas o decididas por la parte directiva de la empresa.

3.6 MERCADO OBJETIVO

Empresa de consultoría y asesoramiento tributario contable para mipymes estará orientada a prestar sus servicios a todas las empresas que tengan deficiencias en sus principales procesos administrativos y busquen encontrar soluciones alternativas para mejorar sus procesos, este segmento tendrá las siguientes características:

3.7 APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.7.1 Selección del Universo

Para determinar el universo se tomó en cuenta las empresas que funcionan en la ciudad Macas que según datos proporcionados por Censo Económico 2010 realizado por el INEC, alcanzan los 4.850 establecimientos.



Gráfico 1.Determinación del universo de estudio

3.7.2 Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra es el espacio muestral finito se obtiene de la aplicación de la probabilidad. Para determinar el tamaño de la muestra se va a tomar en cuenta los 4.850 establecimientos económicos en la ciudad de Macas.

Se utilizara la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo

p = Probabilidad a Favor

q = Probabilidad en contra

Z = Coeficiente de confianza

e = Error de estimación

$$n = \frac{1.96^2 * 0.90 * 0.10 * 4.850}{0.08^2(4.850 - 1) + 1.96^2 * 0.90 * 0.10}$$

$$n = \frac{1.676}{31.37}$$

n = 53 encuestas

El tamaño de la muestra que permitirá obtener información con un 95% de confiabilidad y un 8% de margen de error; es de 53 mipymes, considerando el Universo de 4.850 mipymes que existen en el sector de influencia como potenciales clientes del servicio de asesoría.

3.7.3 Elaboración de la Encuesta

Para la recopilación de información del presente proyecto, se diseñó la respectiva encuesta, tomando en consideración preguntas importantes que fortalezcan las decisiones del proyecto.

3.7.4 Procesamiento de datos: Codificación y Tabulación

En este punto se procederá a tabular los datos obtenidos a través de la aplicación de las encuestas para luego analizar los resultados que serán útiles para el desarrollo del proyecto.

3.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago" (Cámara , Kotler, Grande, & Cruz)

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

Establecer la demanda del servicio de consultoría y asesoría tributaria contable 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 mismas.

3.8.1 Determinación de la Demanda: (análisis de la encuesta)

Luego de haber planteado la encuesta a las mipymes, se procedió a la tabulación de los datos obtenidos como se presenta a continuación:

1.- ¿Cuál es la actividad de su negocio?

Tabla 4. Actividad del Negocio

DETALLE	Nº	%
Comercial	27	50.94
Servicios	19	35.85
Industrial	7	13.21
TOTAL	53	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

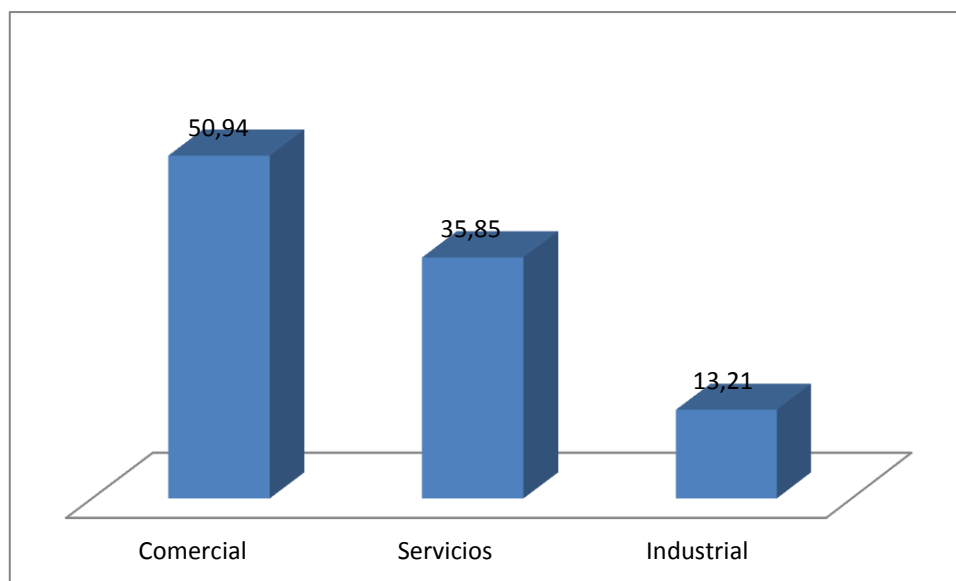


Gráfico 2. Porcentajes de las actividades del negocio

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: En cuanto a la actividad económica de las empresas, las respuestas fueron las siguientes: 50.94% de los empresarios contestan que su empresa se dedican a la actividad comercial; a continuación está con 35.85% se dedica a la actividad de servicios y finalmente 13.21% se dedican a la actividad industrial. Esta pregunta demuestra claramente que la mayoría de la MIPYMES ecuatorianas se encuentra en la actividad comercial y de servicios lo que

representa en conjunto el 86.79% y el 13.21% restante corresponde a la actividad industrial.

2.- ¿De qué tamaño considera usted que es su empresa?

Tabla 5. Tamaño de la empresa

DETALLE	Nº	%
Pequeña	37	69.81
Mediana	15	28.30
Grande	1	1.89
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

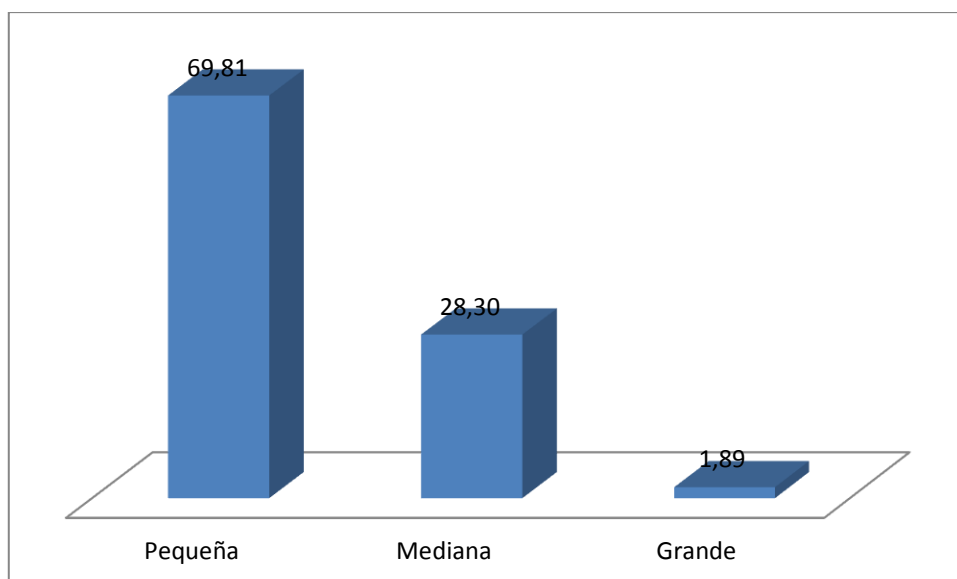


Gráfico 3. Porcentajes del tamaño de la empresa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: El cuadro refleja que existe un mayor número de empresas pequeñas en un 69.81%, siguiéndole las pequeñas medianas en un 28.30% y finalmente las grandes empresas con apenas un 1.89%, ya que existen más empresas pequeñas y medianas en esta ciudad, lo cual nos demuestra que el mercado que estamos dirigiendo nuestra investigación es el correcto..

3.- ¿Cree Ud. Que es necesario conocer la opinión o sugerencias de profesionales externos a la empresa?

Tabla 6. Importancia de la opinión de profesionales externos a la empresa

DETALLE	Nº	%
Si	49	92.45
No	4	7.55
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

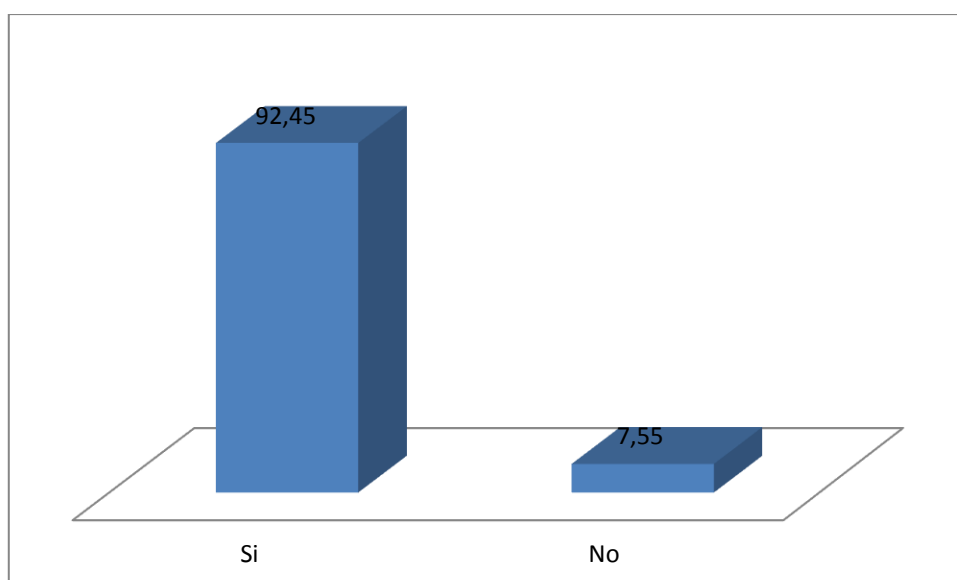


Gráfico 4. Porcentaje de importancia de la opinión de profesionales externos a la empresa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: Del 100% de las empresas encuestadas, el de 92.45% manifiestan que es de gran importancia conocer la opinión o sugerencias de profesionales externos a la empresa para mejorar el objetivo planteado por la organización, mientras que el 7.55% opinan que no es necesaria la opinión de profesionales externos a la empresa.

4.- ¿Desearía que le realicen una auditoría externa a su empresa a bajo costo?

Tabla 7. Preferencia al realizar una consultoría a bajo costo

DETALLE	Nº	%
Si	49	92.45
No	4	7.55
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

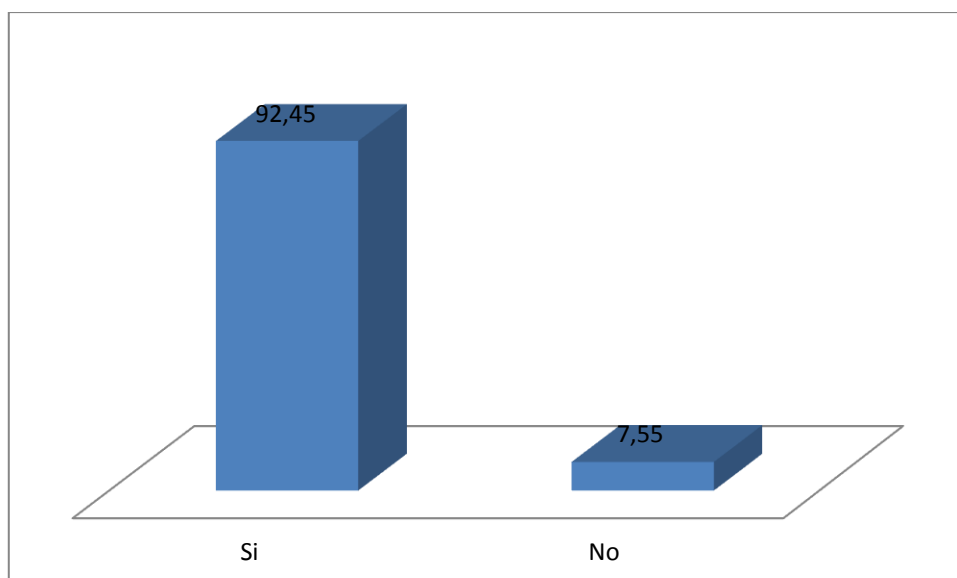


Gráfico 5. Porcentaje de preferencia al realizar una consultoría a bajo costo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: Según los resultados obtenidos el 91.15% de la demanda existente indicó que si considera necesario contar con el servicio de auditoría externa a un bajo costo.

5.- ¿En qué áreas desearía que se le aplique la auditoria a su empresa?

Tabla 8. Áreas que desean aplicar consultoría

DETALLE	Nº	%
Ventas	16	30.19
Compras	2	3.77
Contabilidad	20	37.74
Recursos Humanos	6	11.32
Producción	9	16.98
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

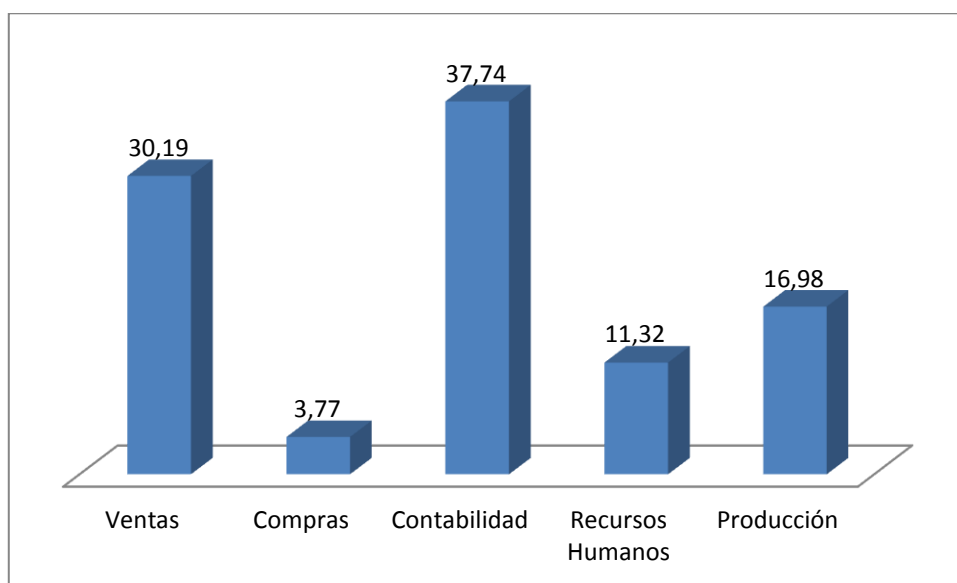


Gráfico 6. Porcentaje de las áreas que desean aplicar consultoría

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: Del 100% de las empresas encuestadas que respondieron si, el 37.74% indican que la empresa de Asesoría, deberá prestar sus servicios en el área de contabilidad, el 30.19% indican que el servicio se oriente al área de ventas, El 11.32% prefiere que la asesoría este dirigida al departamento de

recursos humanos, el 16.98% al área de producción y el 3.77% restante prefiere el área de compras.

6.- ¿Cuál sería el costo que estaría dispuesto a cancelar por un servicio de Asesoría en Auditoría Externa para su empresa?

Tabla 9. Costos del servicio de Auditoría Externa

DETALLE	Nº	%
De \$600 a \$800	49	92.45
De \$800 a \$1000	4	7.55
De \$1000 a \$1200		
De \$1200 a \$1500		
> a \$1500		
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

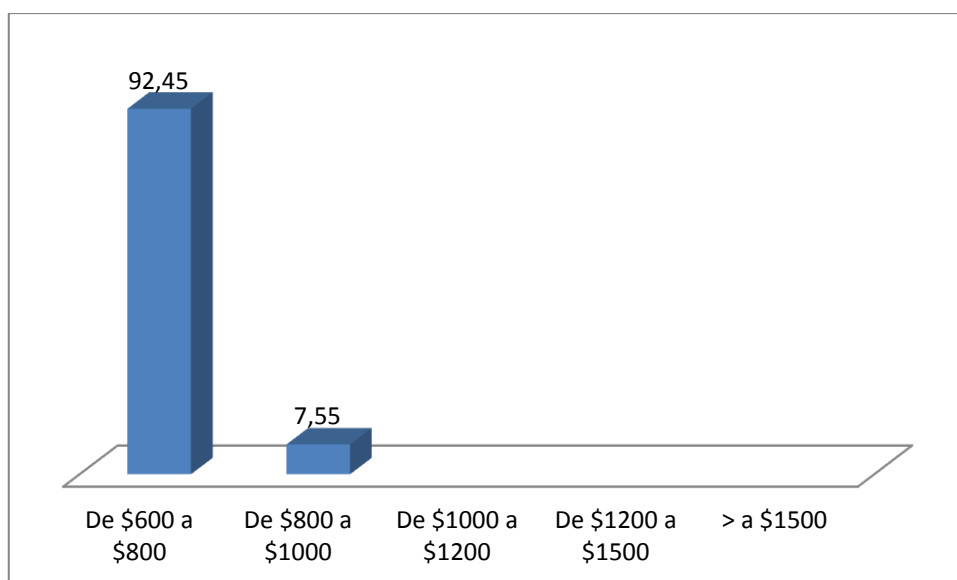


Gráfico 7. Porcentaje del costo del servicio de Consultoría

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: El 92.45% de las empresas encuestadas manifiestan que están dispuestas a cancelar entre \$600 y \$800, El 7.55% estaría dispuesto a pagar entre 800 a 1000 dólares, ninguna empresa encuestada está dispuesta a pagar más de \$800 por la consultoría. Esta información es muy relevante para el planteamiento de los precios que se van a aplicar en el proyecto.

7.- En caso de haber contratado el servicio de consultoría a su empresa con qué frecuencia aplicaría usted este servicio:

Tabla 10. Frecuencia de utilización del servicio de asesoría en Auditoría Externa

DETALLE	Nº	%
1 Vez al año	38	71.70
2 Veces al año	11	20.75
TOTAL	49	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

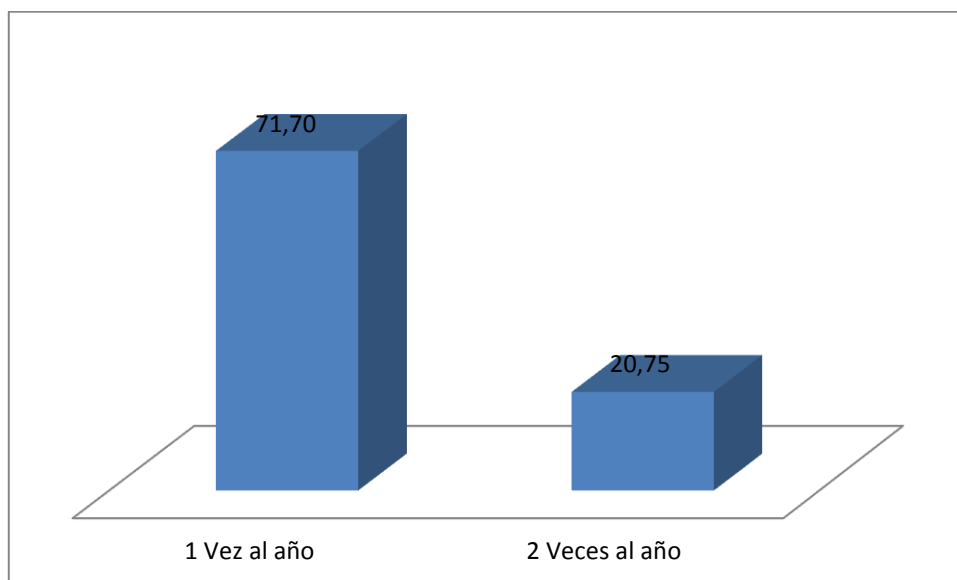


Gráfico 8. Porcentaje de la frecuencia de utilización del servicio de asesoría en Auditoría Externa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: De las empresas encuestadas respondieron que la frecuencia con la que realizan una asesoría una vez al año es del 71.70% siendo el porcentaje más significativo, y el 20.72% respondieron que realizan una asesoría dos veces al año.

8.- ¿Cuáles son los parámetros para contratar un servicio de asesoría en auditoría externa?

Tabla 11. Razones por las que contratarían el servicio de asesoría en Auditoría Externa

DETALLE	Nº	%
Experiencia	35	66.04
Costo	2	3.77
Compromiso	2	3.77
Asesoría	14	26.42
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

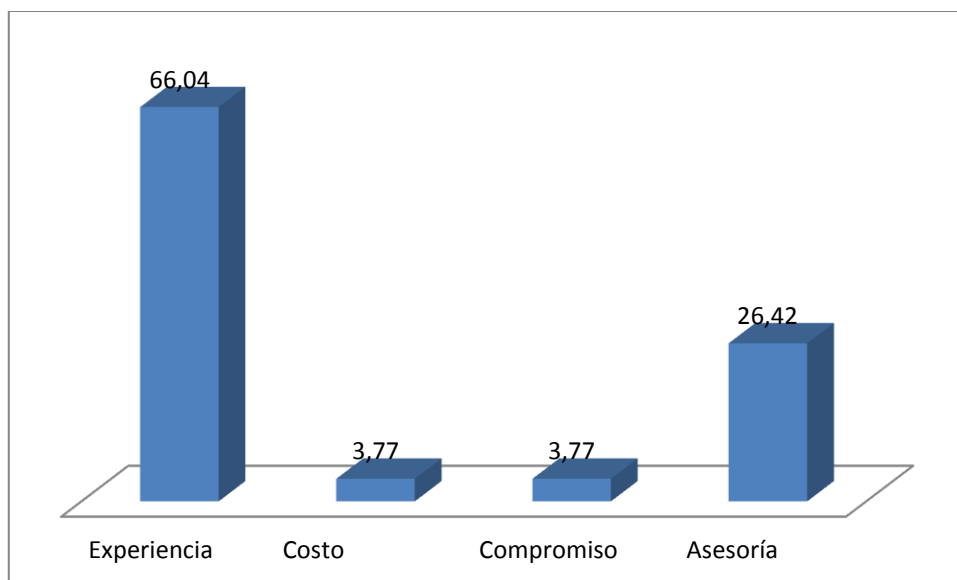


Gráfico 9. Porcentaje de las razones por las que contratarían el servicio de asesoría en Auditoría Externa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: Entre los aspectos para contratar un servicio contable, los más sobresalientes son: Experiencia con un 66.04%, Asesoría 26.42%, siendo los porcentajes más altos, y finalmente con 3.77% tenemos el Costo del Servicio, y con el 3.77% Compromiso. Dentro del aspecto de la Experiencia los encuestados quisieron recalcar este aspecto es muy importante, ya que un profesional que no tiene suficiente experiencia no puede llevar a cabo un servicio y manejar la información de una empresa en forma legal y correcta.

9.- ¿Cree Ud. que la creación de una empresa de asesoría en auditoría externa es una idea innovadora y necesaria para el desarrollo de las mipymes?

Tabla 12. Opinión de la creación de la empresa de asesoría en auditoría externa

DETALLE	Nº	%
Si	53	100.00
No		
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

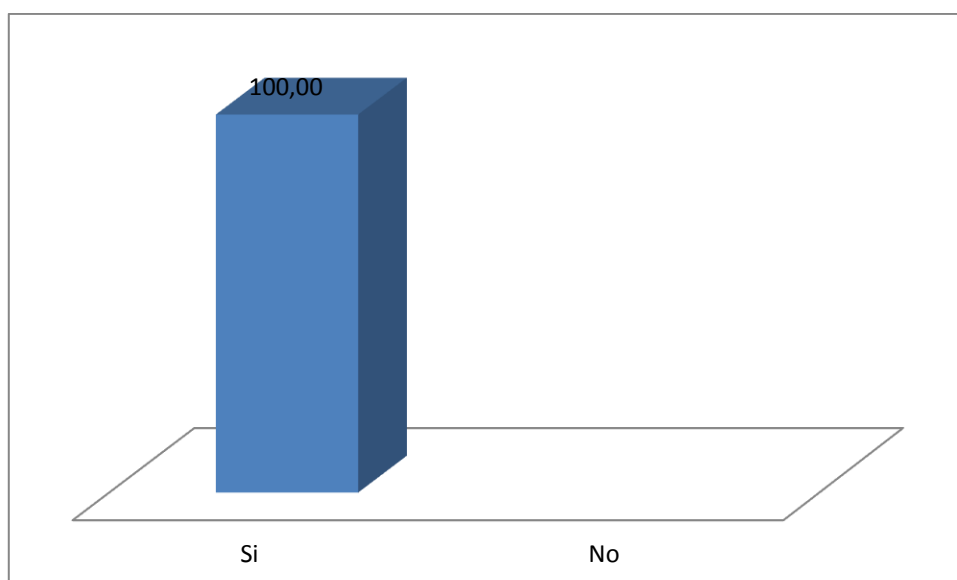


Gráfico 10. Porcentaje de la opinión de la creación de la empresa de asesoría en auditoría externa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: Según los resultados el 100% de los encuestados afirman que la creación de la empresa de asesoría y consultoría tributaria es una idea innovadora para el desarrollo de las mipymes.

10.- En caso de ofrecerle nuestros servicios como empresa de Consultoría ¿Le interesaría contar con este servicio?

Tabla 13. Opinión de contratar los servicios de asesoría en auditoría externa

DETALLE	Nº	%
Definitivamente lo haría	1	1.89
Probablemente lo haría	47	88.68
Probablemente no lo haría	4	7.55
Definitivamente no lo haría	1	1.89
TOTAL	53	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

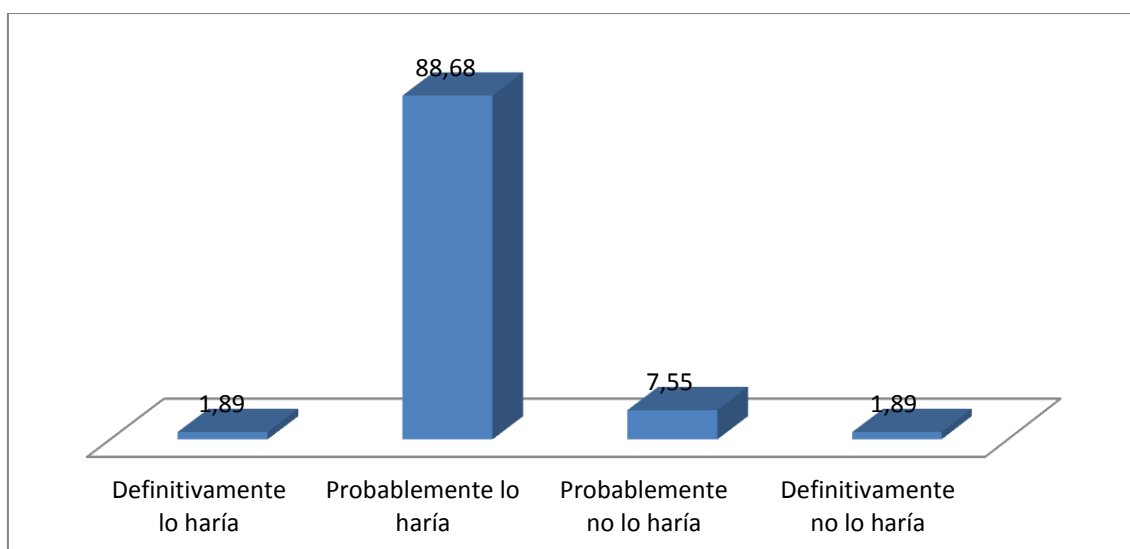


Gráfico 11. Porcentaje de la opinión de contratar los servicios de asesoría en auditoría externa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Interpretación: Según los resultados el 88.68% de los encuestados probablemente estarían dispuestos a contar con los servicios de la nueva consultora, y continuando con el 7.55% que probablemente no desearían contar con nuestros servicios, el 1.89% de los encuestados definitivamente contratarían nuestros servicios y finalmente con el 1.89% definitivamente no les interesaría contar con los servicios de una nueva consultora.

3.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL MERCADO

La cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta(Cultural S.A, 1999)

Mediante el análisis de la oferta se quiere conocer cómo influye sobre el comportamiento de los potenciales clientes, y así poder crear estrategias que permitan entrar al mercado y competir con las demás empresas que se dediquen a la realización de auditorías.

En la ciudad de Macas, existen empresas que brindan los servicios de asesoría contable, a más de considerar como oferentes a empresas de este tipo de servicios, se considera también como potenciales competidores a los contadores independientes e ingenieros comerciales que se han dedicado a brindar los servicios concernientes al campo tributario y a la realización de auditorías externas.

3.10 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio de un producto es "solo una oferta para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es correcto; si la rechazan, debe cambiarse con rapidez". (Fisher & Espejo, 2004, pág. 230)

3.10.1 Precios del Servicio

El precio del Servicio para la empresa de consultoría y asesoría, lleva inmerso ciertos factores que contemplan y que garantizarán la calidad del mismo, que conllevarán a obtener los resultados deseados, para poder tomar las diferentes tipos de decisiones, según la necesidad requerida, bajo conceptos de:

- Asesores especializados.
- Experiencia suficiente en el manejo de casos.
- Simulación en base a la realidad del mercado.
- Tiempos de entrega efectiva, según el caso y la negociación.

3.10.2 Márgenes de Precios

En base a los resultados obtenidos en la pregunta N° 6 de la respectiva encuesta, en la cual se hace referencia al costo promedio del pago por un servicio de Asesoría, el 92.45% de las empresas encuestadas, manifiestan que estarían dispuestas a pagar por el servicio entre \$600 a \$800, y el 7.55% estaría dispuesto a pagar entre 800 a 1000 en base a estos datos se calcula un precio referencial que sería de \$800.

3.11 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

Constituye uno de los procesos importantes dentro del desarrollo y la implementación de los diferentes proyectos, recordando que si se tiene un buen producto o servicio, pero que no tenga un proceso de comercialización definido, no serviría de nada, para este caso se utilizara la mezcla del marketing mix, que está formado por un grupo de elementos utilizados de manera integrada para poder influenciar en el mercado, en base al planteamiento de diferentes estrategias.

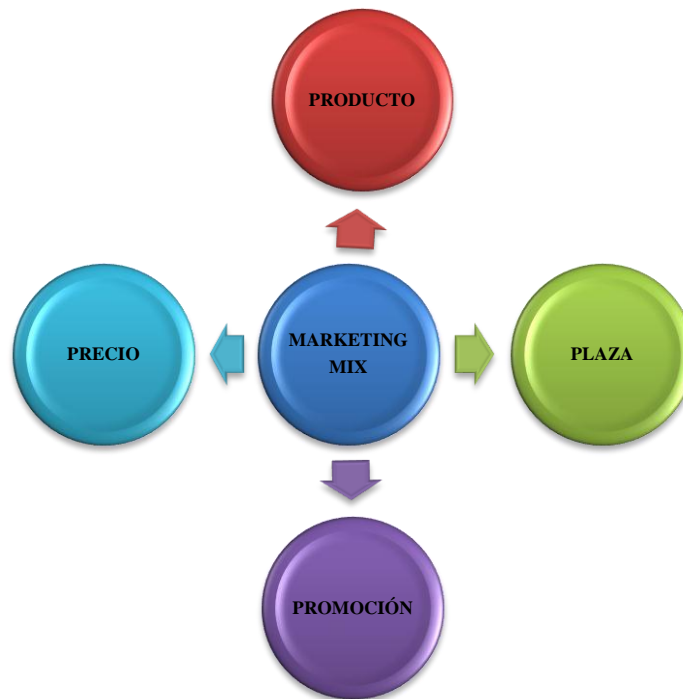


Gráfico 12.Marketing Mix

3.11.1 El Producto- El Servicio

El Servicio de consultoría y asesoría, constituye para la empresa la razón de ser de la misma, para lo cual se han planteado implementar las siguientes estrategias y servicios, que permitirán crear una diferenciación relevante para el cliente:

- La empresa de consultoría y asesoría, tendrá siempre una gama de servicios, de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- El proceso de asesoría se regirá, bajo normas de calidad, manifestadas y evaluadas por empresas que ya han sido asesoradas.
- Comunicación frecuente y permanente con todas las empresas que contraten el servicio.

- Elaboración y presentación de informes de consultorías y estados financieros.
- Elaboración, guía y asesoramiento de anexos, informe de cumplimientos tributarios I.C.T
- Asesoría en Administración y Gestión Empresarial
- Auditorías Contables

3.11.2 El Precio

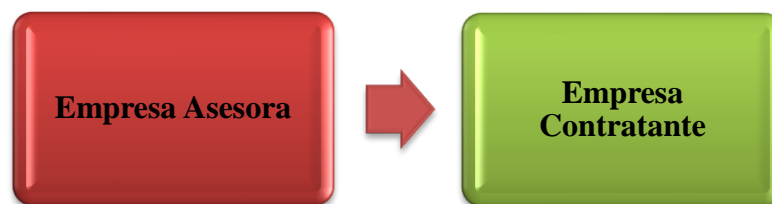
Uno de los principales objetivos del empresario es obtener ganancias, y éste se lo puede alcanzar a través de un precio adecuado, reflejado en una política eficiente de precios, consideraremos las siguientes estrategias:

- Definición del precio basado en el valor (o en el consumidor), donde la empresa estima a través de encuestas el valor que el cliente está dispuesto a pagar por los servicios, y a partir de ese valor la empresa asesora cobrará un poco menos.
- Se implementará la estrategia de precios por volumen, donde sustraídos los costos, resulten las ganancias más elevadas, en base a conversaciones o negociaciones empresariales, donde se lleguen acuerdos de asesorar en diferentes áreas de una misma empresa.

3.11.3 La Plaza o Punto de Venta

Considerando que la plaza, constituye un conjunto de elementos que permiten colocar el servicio disponible para el consumidor, para este caso se utilizará los siguientes canales:

- El Servicio será canalizado de manera directa, donde intervienen la Empresa Consultora y la Empresa Contratante.
- El asesoramiento se realizará en base a un equipo de ventas externas que tomen contacto con clientes potenciales y oferte estos servicios.
- La información de toda la empresa estará disponible a nivel empresarial, en la página web.



3.11.4 Promoción y Publicidad

El término promoción y publicidad tiene que ver principalmente a todas las estrategias a implementarse siempre y cuando se relacionen con la comunicación con el mercado. (Cultural S.A, 1999)

- Publicar en el principal medio de prensa de la localidad.
- Estar en la mente de los potenciales clientes
- Anuncios publicitarios en medios tales como: paginas amarillas de la Guía telefónica, prensa escrita, páginas web. Los servicio de la Empresa de Consultoría.
- Asistir a eventos sociales a los cuales concurren personas que representen a posibles clientes, para generar una interacción y concretar futuras asesorías.

- Distribución de folletos, trípticos, tarjetas de presentación de los diferentes servicios de la empresa, en áreas de influencia relacionada con la actividad de la empresa: SRI, IESS, Instituciones Financieras, etc.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. “Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” . (Vaca Urbina, 2006)

En este elemento del estudio técnico se cuantificará la capacidad de asistencia del servicio de consultoría y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del servicio, para ello se deberá tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a dicha demanda.

La disposición de insumos tanto humanos como materiales y financieros, es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto. Los insumos deben estar utilizables en la cantidad y calidad deseada y entre otros aspectos, será ineludible analizar las reservas de recursos renovables y no renovables, la existencia de suplentes e incluso la posibilidad de cambios en los precios reales de los insumos a futuro.

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo general de este punto es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la micro localización (ceranía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios). (Vaca Urbina, 2006)

Este estudio forma parte primordial del proyecto, ya que de su ubicación dependerá mucho la calidad y cantidad de servicios y necesidades a cubrir, por lógica se debe ubicar cerca de la mayoría de los clientes para tener una mejor apreciación y captación del mercado meta.

La localización del estudio, pretende determinar el lugar adecuado para que la empresa de consultoría desarrolle sus actividades, se deberá considerar algunos factores estratégicos que pretenden determinar en forma general y específica el lugar donde se ubicará la empresa.

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación del proyecto:

- El primer nivel la aproximación de la localización, o sea la determinación de una región o zona probable de localización, a la cual se la denomina “macro localización”.
- El segundo nivel consistirá en un análisis exhaustivo para determinar la ubicación concreta del proyecto, o sea su “micro localización”, en donde se llegaría a definir la ubicación exacta en la ciudad de Macas.

4.2.1 Macro localización

El lugar de macro localización del proyecto a realizarse, consiste en la creación e implementación de una empresa de consultoría y asesoría tributaria contable la mipymes en la ciudad de Macas, el mismo que se encuentra localizado en el Ecuador en la siguiente área geográfica.

- Región: Sierra
- Ciudad: Macas
- Área. Urbana
- Sector: Norte

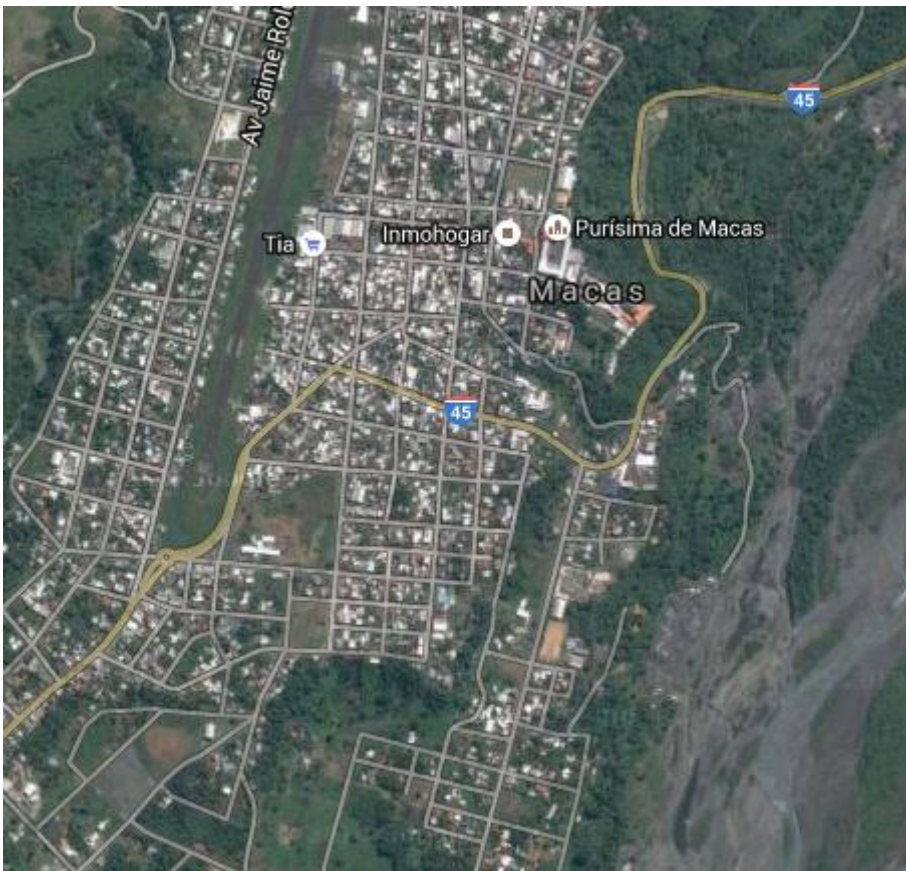


Gráfico 13. Macro localización. Áreas de la ciudad de Macas

Fuente: Google Imagen Satélite

4.2.2 Micro localización

La micro localización de la empresa de consultoría y asesoría tributaria contable consiste básicamente en la adecuación de las oficinas, en la cual se podrá operar con toda la normalidad posible ya que tendrá todas las especificaciones necesarias para su funcionamiento.

Estará ubicada en las calles 24 de Mayo y Patrocinio Jaramillo de la ciudad de Macas, el cual es un área estratégica y accesible debido al gran flujo de personas que por allí se movilizan, siendo así un lugar estratégico para la asistencia de servicio de asesoría y consultoría para la MIPYMES.

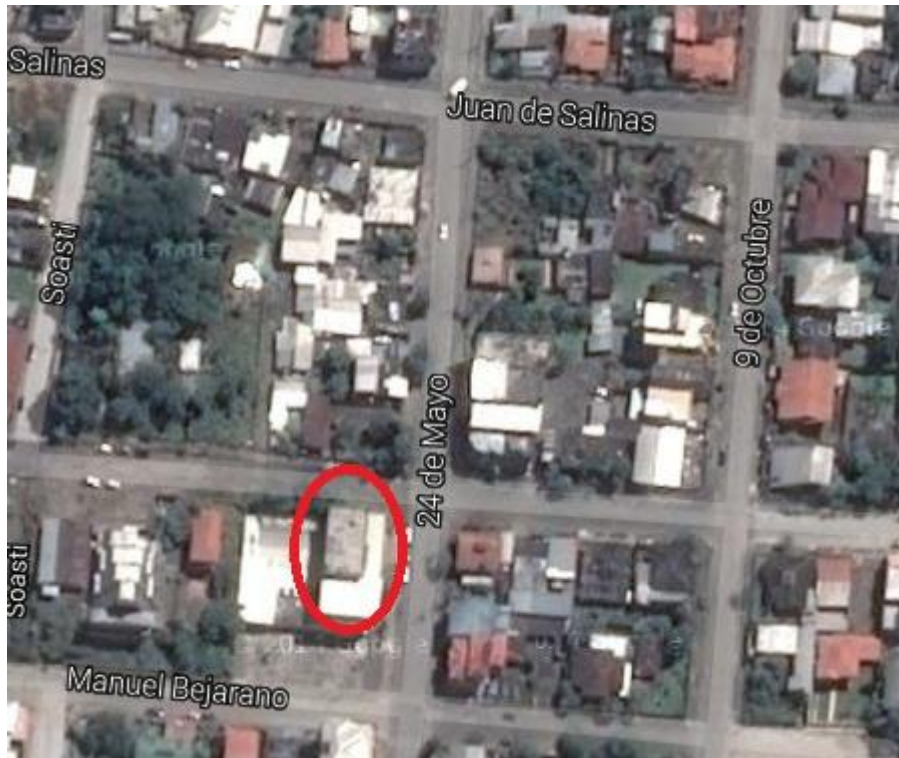


Gráfico 14. Micro localización. Áreas de la ciudad de Macas

Fuente: Google Earth Pro Imagen Satélite

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Vaca Urbina, 2006)

Los principales procesos necesarios para llevar a cabo el servicio de la empresa de consultoría y asesoría tributaria contable para mipymes, se ha dividido en tres tipos de procesos:

- Que generan valor
- De soporte
- De comercialización

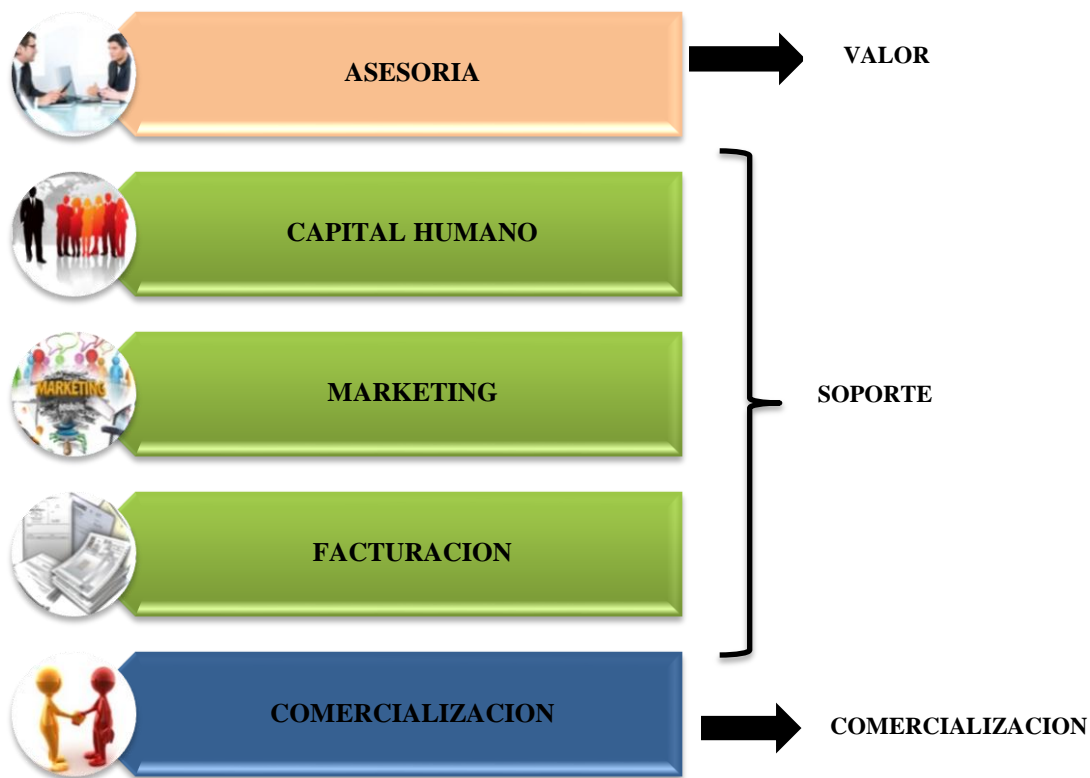


Gráfico 15. Ingeniería del Proyecto

Los procesos que generan valor constituyen procesos que se encuentran directamente relacionados con el giro del negocio, para este proyecto, constituye el principal proceso que genera ingresos para la empresa (el servicio de la asesoría).

Los procesos de soporte constituyen procesos de apoyo, son procesos que hacen que el negocio se realice de una manera eficiente.

El proceso de comercialización es el canal de comercialización que será utilizado por la firma de consultoría está considerado de manera directa entre los dos participantes la empresa Ofertante que es FIRMA DE CONSULTORÍA y la empresa Demandante: las MIPYMES.

4.4 REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

El propósito de la gestión de requerimientos es asegurar que el proyecto cumpla con las expectativas de los clientes y de los interesados, tanto externos como internos, siendo el proceso que garantice el vínculo entre lo que esperan los clientes y usuarios, y lo que los equipos de proyecto tienen que desarrollar. (Ibáñez, 2015)

Para este proyecto CREACIÓN DE UNA EMPRESA DECONSULTORÍA Y ASESORÍA TRIBUTARIA CONTABLE PARA MIPYMES, se requieren recursos: humanos, materiales, económicos, financieros, tecnológicos, entre otros, que permitirán forjar el inicio, avance y futuro de la empresa.

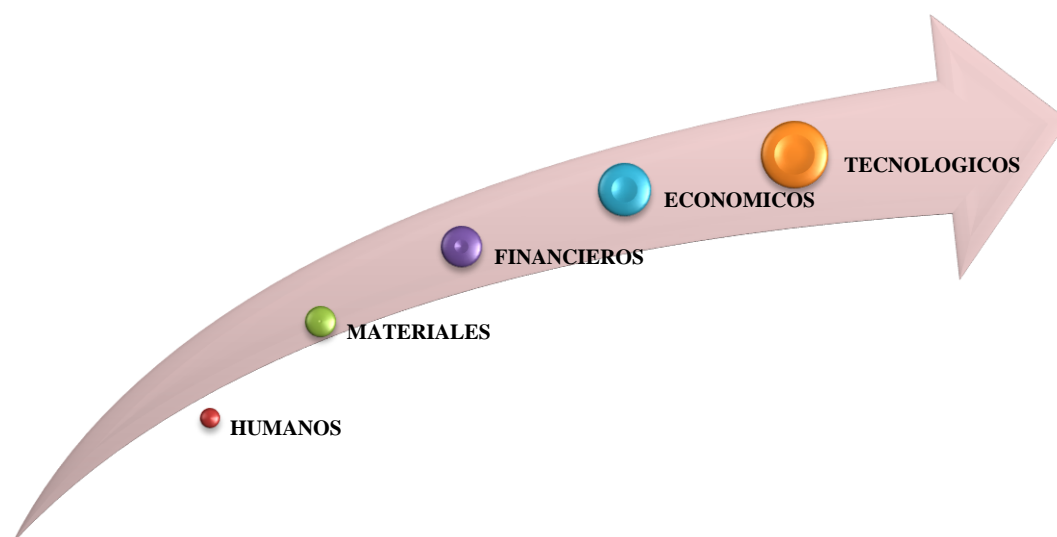


Gráfico 16.Requerimiento de Recursos

Fuente:Investigación Propia

Elaborado por:Maruja Sando

4.4.1 Requerimiento de Mano de Obra

El capital humano que se necesitará para llevar a cabo este proyecto, estará conformado por los siguientes personas, que tendrán que cumplir diferentes funciones de acuerdo al perfil de cada uno.

Tabla 14. Inversión Mano de Obra

PERSONAL REQUERIDO				
Nº	PERSONAL	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gerente	1	3.000,00	3.000,00
2	Presidente	1	3.000,00	3.000,00
3	Auditor Señor	2	900,00	1.800,00
4	Auditor Junior	4	850,00	3.400,00
5	Asistente Administrativa	1	550,00	550,00
6	Asistente Talento Humano	1	800,00	800,00
7	Contador General	1	750,00	750,00
8	Mensajero - Conserje	1	400,00	400,00
	TOTAL		10.250,00	13.700,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por:Maruja Sando

4.4.2 Requerimiento de Insumos

Se ha planificado adquirir los siguientes insumos que colaboren con las actividades de la empresa, y sirvan como herramientas en las actividades diarias.

Tabla 15.Inversión en Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
CONCEPTO	CANT	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel Bond Inacopia Office A4	6	4,99	29,94
Bolígrafo PF Azul (caja) Bic	1	0,48	0,48
Bolígrafo PF Negro (caja) Bic	1	0,48	0,48
Bolígrafo PF Rojo (caja) Bic	1	0,48	0,48
Lápiz Standler 4h (caja)	1	1,01	1,01
Engrampadora Erichkrause	11	2,62	28,82
Saca Grapas Erichkrause	11	0,36	3,96

Grapas Estándar	20	1,27	25,40
Carpetas BN archivo	12	3,75	45,00
Clips Erichkrause	20	0,63	12,60
Perforadora	6	4,62	27,72
Resaltadores 2.5mm pta. baselada Highlighter	6	1,83	10,98
Borradores de Queso Doricolor	11	0,30	3,30
Papeleras Metálicas Negra Helit	8	15,20	121,60
TOTAL		38,02	311,77

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Tabla 16. Inversión en suministros de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
CONCEPTO	CANT	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba Superior Estrella	2	1,21	2,42
Trapeadores Industrial Estrella	1	2,20	2,20
Detergentes 3 HG	2	4,41	8,82
Balde con escurridor	1	14,00	14,00
Papel Higiénico Jumbo 550 mts 4 unid	5	8,68	43,40
Toallas de Papel Higiénico	3	0,76	2,28
Desinfectante Herbal Galón	2	2,21	4,42
Jabón Liquido	3	3,50	10,50
Guantes	2	1,10	2,20
Funda Basura Extra grande 25 unid	5	2,00	10,00
Cloro Liquido Galón	3	2,50	7,50
Paño absorbente multiuso Estrella	5	1,83	9,15
Recogedores	2	0,77	1,54
TOTAL		45,17	118,43

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

4.4.3 Requerimiento de equipos y muebles de oficina

Para el inicio del proyecto se requerirán, entre estos se consideran los muebles y enseres, equipo de oficina, recursos tecnológicos. “La primera inversión que se debe calcular incluye a todos los activos fijos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento operativo, administrativo y comercial del proyecto” (Sapag, 2007)

De acuerdo a las actividades que se van a realizar se necesitara el siguiente inmobiliario y equipo:

Tabla 17. Inversión en muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	CANT	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Gerencial Adojio 180 x 180	2	230,00	460,00
Estaciones de Trabajo	9	165,00	1.485,00
Biblioteca 180 x 80 x 40	1	180,00	180,00
Archivador Aéreo	9	65,00	585,00
Sillón Master	2	180,00	360,00
Sillas Secretaria	6	80,00	480,00
Sillas Giratorias C/B	9	30,00	270,00
Mesa 10 Puestos	1	300,00	300,00
Archivador 4 Gavetas	9	130,00	1.170,00
Armario (estantería)	2	165,00	330,00
Tachos de basura metálicos	11	13,81	151,91
TOTAL		1.538,81	5.771,91

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Tabla 18. Inversión en Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CONCEPTO	CANT	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras Fijas Compac	3	571,20	1.713,60
Impresora – Copiadora - Scanner Epson L555	2	386,46	772,92
Central Telefónica Panasonic	1	1.200,00	1.200,00
Plan Corporativo celulares	1	400,00	400,00
Microondas LG	1	169,00	169,00
Mini Bar 45lt Electrolux	1	189,00	189,00
TOTAL		2.915,66	4.444,52

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por:Maruja Sando

Tabla 19.Inversión en equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
CONCEPTO	CANT	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Laptops HP AcerIntel	6	750,00	4.500,00
Servidor	1	2.500,00	2.500,00
Software Contable	1	650,00	650,00
Infocus - proyector	1	750,00	750,00
Tela para Infocus - Proyector	1	120,00	120,00
TOTAL		4.770,00	8.520,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por:Maruja Sando

4.4.4 Requerimiento de Activos Fijos

4.4.4.1 Activos Fijos No Depreciables

Tabla 20. Inversión en Activos Fijos no Depreciables

ACTIVOS FIJOS NO DEPRECIABLES		
CONCEPTO	CANT	COSTO UNITARIO
Arrendamiento del Inmueble	1	300,00
Alícuotas	1	80,00
TOTAL		380,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

4.4.4.2 Recursos Financieros

Estará constituida por los valores que la empresa de consultoría necesita para mantener un flujo de fondos requerido para hacerle frente a los pagos que requiere realizar, por lo cual el dinero que ingresa a la empresa debe ser administrado con eficiencia para no caer en iliquidez y falta de pago de las obligaciones. La Empresa de Asesoría iniciara sus actividades con capital propio.

4.4.4.3 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. (Cordova Padilla, 2006)

4.4.4.4 Distribución de las oficinas (plano)

Para poder realizar la distribución física del proyecto, se tomará una buena distribución del equipo de trabajo en las oficinas corresponde a la distribución de

espacios, materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso de asistencia del servicio de asesoría y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantenga las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los empleados.

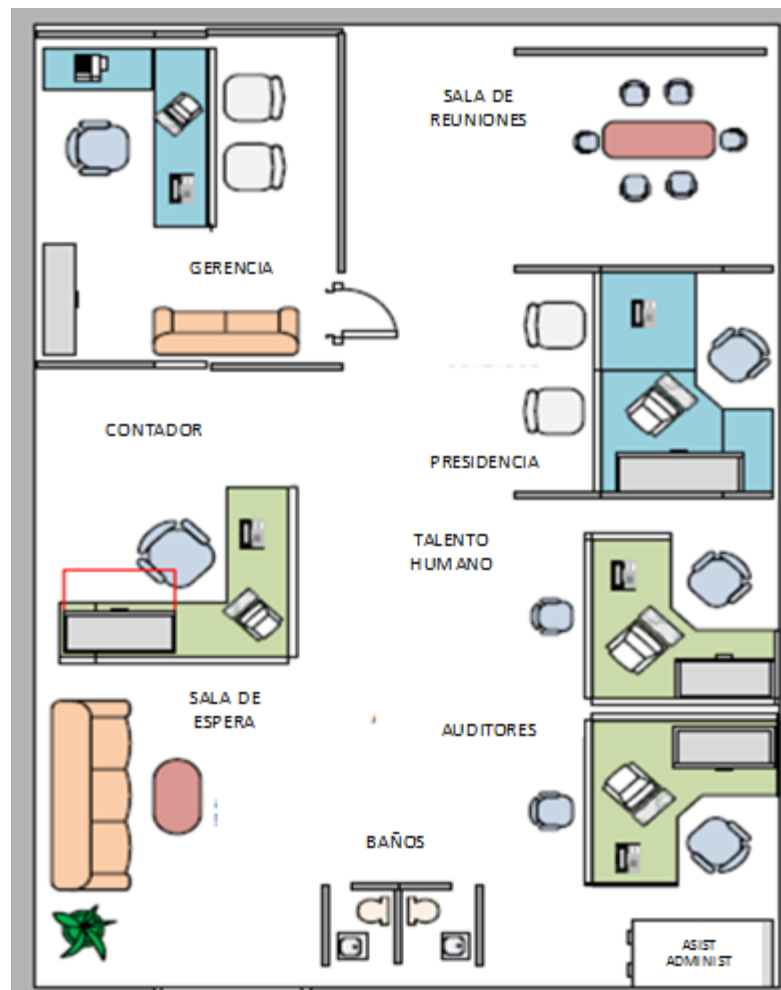


Gráfico 17. Distribución de Oficina

Fuente: Propia

Elaborado por: Maruja Sando

4.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.5.1 Nombre y Descripción de la Empresa

El nombre de nuestra empresa, será: “**SANDO ASESORES S.A.**”

La empresa de consultoría, pertenece al sector de servicios, ya que su actividad principal es el asesoramiento de las diferentes empresas de la ciudad de Macas.

4.5.2 El Logotipo

"Término logo (abreviatura de logotipo) se usa indistintamente para denotar el símbolo de marca o incluso el nombre de marca, en especial si éste se escribe de forma distintiva y estilizada" (Stanton, Etzel, & Walker, 2004, pág. 303)

Es el elemento gráfico que identificara a la empresa de asesoría, es decir será un símbolo claramente asociados a quienes representan para diferenciarse de la competencia.



Gráfico 18.Logotipo de la Empresa

Fuente: Propia

Elaborado por: Maruja Sando

Se utilizó la gama del color azul y celeste en el logotipo de la empresa debido a que son colores que expresa armonía, fidelidad, renovación, poder, éxito, seguridad, confianza

4.5.3 Slogan

El slogan o lema publicitario es una frase corta y concisa que tiene como finalidad reforzar la publicidad de una marca o producto al motivar su compra o uso, al ayudar a diferenciarla de la competencia, y al buscar su posicionamiento en la mente del consumidor (Kayle, 2012).

Por lo tanto el slogan de la empresa será:

SUS OBLIGACIONES Y FINANZAS EN NUESTRAS MANOS

4.6 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

Como empresa comprometida con el desarrollo productivo de las mipymes, se basa en establecer una cultura corporativa basándose en una “visión” y una “misión” y en “principios y valores” claros, transparentes con los futuros clientes, brindando así un servicio de calidad, mostrando calidez, responsabilidad, respeto y ética profesional.

4.6.1 Misión

El concepto de misión "suele ser definido como el modo en que los empresarios líderes y ejecutivos deciden hacer realidad su visión"(Fleitman, 2000, pág. 283)

De acuerdo a Gerry & Kevan, la misión debe tomar en consideración tres aspectos:

- Qué hacemos? (servicios a ofrecer)
- Cómo lo hacemos? (qué procesos seguir)
- Para quién lo hacemos? (a qué clientes se dirige)

“La Empresa Sando Consultores tiene como finalidad prestar sus servicios basados en competencia intelectual, formando clientes fieles y convertirlos en verdaderos socios del negocio, fomentando rentabilidad y creando un ambiente laboral excepcional de su equipo de trabajo por medio de los conocimientos, esfuerzos y experiencias de los miembros que la integran.”

4.6.2 Visión

La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad (Fleitman, 2000).

- Debe ser factible alcanzarla, no debe ser una fantasía.
- La Visión motiva e inspira.
- Debe ser compartida.
- Debe ser clara y sencilla, de fácil comunicación

“Ser una empresa de consultoría y asesoría tributaria y contable confiable y eficiente el servicio con espíritu de sacrificio y consagración al trabajo y ser reconocidos por los clientes como la mejor alternativa para la solución de sus problemas.”

4.6.3 Objetivos de la Empresa de Asesoría

Gerry y Kevan (2001) indican que: “Son los logros que la organización quiere alcanzar en un plazo determinado. Deben guardar coherencia con la misión y con el análisis externo e interno”.

- Ofrecer servicios de asesoría de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.
- Fortalecer el equipo de trabajo frecuentemente con conocimientos y avances administrativos referente al tema de la asesoría.
- Generar fuentes de empleo para quienes forman parte de las actividades de la empresa
- Proporcionar información veraz y confiable para las empresas que requieran este servicio.(Gerry y Kevan, 2001)

4.6.4 Principios y Valores

Los valores son el reflejo del comportamiento humano basado en los principios. Los principios, son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano., y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía (Universidad Tecnológica de Santander, 2015).

Los principios de la empresa son los siguientes:

Compromiso: Adquirir un compromiso que garantice efectividad y cumplimiento de los plazos en cada servicio de asesoría ofrecido a los clientes.

Confidencialidad: Toda la información y documentación que se gestione, tanto de la empresa como de terceros, será tratada con absoluta confidencialidad.

Honestidad: Ofrecer la mayor honestidad de todas las actividades realizadas en el servicios de asesoría

Los valores se presentan a continuación:

Mejoramiento Continuo: Desarrollar continuamente la competencia del personal para mejorar y crear nuevos servicios que cumplan con las expectativas cambiantes de los clientes.

Responsabilidad: Dar lo mejor de cada miembro de la empresa a cada cliente para personalizar los servicios de asesoría a la situación específica de cada uno.

Trabajo en Equipo: Trabajar con comunicación, coordinación, confianza y compromiso para garantizar la ejecución exitosa de cada proyecto o servicio de asesoría que se entrega.

Ética: capacidad de actuar con dignidad, seriedad y nobleza, implicando esto honestidad en el trato hacia los demás y en los diagnósticos y planes de acción que se lleven a cabo.

4.6.5 ANÁLISIS FODA

4.6.5.1 Fortalezas

- Ofrecer un servicio excepcional lo que permitirá satisfacer las expectativas de los clientes y brindar una mejor calidad en el servicio.
- Posibilidad de poder realizar alianzas con empresas especializadas en otras áreas que den la oportunidad de brindar soluciones completas.
- Profesionales de sólidos conocimientos técnicos
- No se requiere de una alta inversión para iniciar las actividades.

4.6.5.2 Oportunidades

- Desarrollo de la confianza ofrecida hacia los clientes para generar la creación de lealtad de los servicios ofrecidos por la empresa.
- El desarrollo de calidad de servicio permitirá que los precios puedan aumentar, ya que la clientela se va a ver atraída por una reputación de calidad.
- La falta de conocimiento necesario que los empresarios tienen para implementar una idea de negocio.

- Las empresas consultoras existentes están enfocadas únicamente a medianas y grandes empresa.

4.6.5.3 Debilidades

- Capacidad reducida para la captación de nuevos clientes.
- Barreras de entradas muy bajas.
- La empresa no cuenta con una cartera de clientes.
- Falta de la disponibilidad de recursos financieros.

4.6.5.4 Amenazas

- Oferta de los servicios por empresas extranjeras con prestigio internacional.
- Desconocimiento de las necesidades de la demanda
- Inestabilidad económica.
- Saturación del mercado objetivo por competidores o cuasi-competidores

4.7 MARCO JURÍDICO Y LEGAL

La empresa será legalmente constituida bajo una compañía en Sociedad Anónima, bajo las siguientes características:

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y es la que detallaremos sus requisitos tanto como empresa, como así también para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos.

4.7.1 Requisitos para una compañía anónima

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la Superintendencia de Compañías del Ecuador (2015), para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Capacidad

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Socios

La sociedad anónima requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución. En aquellas en que participen instituciones de derecho público o derecho privado con finalidad social, podrán constituirse o subsistir con un solo accionista.

Puede continuar funcionando con un solo accionista, sin que por ello incurra en causal de disolución.

Responsabilidad

Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones.

Constitución

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previa Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

Capital

Está integrado con los aportes de los accionistas. Debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante Notario Público y pagado por lo menos el veinte y cinco de cada acción y el saldo pagado en un máximo de dos años.

Capital Autorizado

La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. No podrá exceder del doble del capital suscrito. La

compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

Capital Mínimo

El monto mínimo de capital, será el que determine la Superintendencia de Compañías. (800,00 USD actualmente). El capital de las compañías debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.

ACCIONES

Aportaciones

Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en éste último caso, consistir en bienes muebles e inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Aportaciones en especie

En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.

Los bienes aportados serán valuados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato.

En la constitución sucesiva los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.

En la constitución simultánea las especies aportadas serán valuadas por los fundadores o por los peritos por ellos designados. Los fundadores responderán solidariamente frente a la compañía y con relación a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

En la designación de los peritos y en la aprobación de los avalúos no podrán tomar parte los aportantes.

Estas disposiciones, relativas a la verificación del aporte que no consista en numerario, no son aplicables cuando la compañía esté formada solo por los propietarios de ese aporte.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- Para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente

- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses

anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

Declaraciones. Las Sociedades deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del Internet en el Sistema de Declaraciones o en ventanillas del Sistema Financiero. Estas deberán efectuarse en forma consolidada independientemente del número de sucursales, agencias o establecimientos que posea:

- Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA)
- Declaración del Impuesto a la Renta
- Pago del Anticipo del Impuesto a la Renta
- Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta
- Declaración del Impuesto a los Consumos Especiales

Presentar Anexos. Los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante Internet en el Sistema de Declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.

- Anexo de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC). Es un reporte mensual de información relativa de compras y retenciones en la fuente, y deberá ser presentado a mes subsiguiente.
- Anexo Transaccional Simplificado (ATS). La presentación del anexo ATS reemplaza la obligación del anexo REOC.
- Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP).
- Anexo de ICE.

IESS.- 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.

Además deberá acercarse 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
- Calificación artesanal si es artesano calificado

Ministerio de Relaciones Laborales

La función de este organismo del Estado es mantener armónicas y justas relaciones de trabajo entre empleados y trabajadores, para el desarrollo de las actividades productivas.

Además precautela y protege la integridad de los trabajadores en el desempeño de sus labores e impulsar a las organizaciones laborales a cumplir lo que dispone la ley en este caso el Código de Trabajo.

En el Ministerio de Relaciones Laborales se legalizan Contratos, se declaran la Décima Tercera y Decima Cuarta remuneración, se puede realizar actas de finiquito, actualmente el Ministerio de Relaciones Laborales ofrece un sistema de acta de finiquito y revisión de contratos en línea.

Municipio de Macas Patentes Municipales: Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico. (Municipio de Quito, 2015)

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Certificado de seguridad del 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.

Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

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. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

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 de la contribución debe realizarse hasta el día 30 de septiembre de cada año. Sin embargo, previa solicitud y autorización de la Superintendencia de Compañías existe la opción de que las compañías cancelen el 50% de la contribución hasta el 30 de septiembre y el valor restante hasta el 31 de diciembre del mismo año sin recargo alguno.

Formas de Pago

Las compañías pueden efectuar la cancelación de sus contribuciones, por los medios establecidos en el art. 43 de la Ley Orgánica del Código Tributario y 449 de la Ley de Compañías, así:

- a) Efectivo;
- b) Cheque certificado a nombre de la Superintendencia de Compañías;
- c) Débitos bancarios debidamente autorizados;
- d) Cobranzas o giros bancarios a la orden de la Superintendencia de Compañías (tarjetas de crédito);
- e) Notas de crédito emitidas por la Superintendencia de Compañías

Las compañías cuyos activos reales sean iguales o inferiores a veinte y tres mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 23.500,00), para el año 2014 se fijan la contribución con tarifa cero dólares de estados unidos de

América (US\$ 0,00), por lo que a estas compañías no se les emitirá títulos de crédito (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2015).

Ley de Propiedad Intelectual IEPI

El IEPI es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

De los Nombres Comerciales

Art. 63.- La propiedad de los nombres comerciales se adquirirá de conformidad a lo previsto en la Ley de Propiedad

Intelectual. Art. 64.- Los nombres comerciales podrán registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, para lo cual se seguirá el mismo procedimiento establecido para el registro de marcas, en lo que fuere aplicable.

- a) Identificación del solicitante, con la determinación de su domicilio y nacionalidad;
- b) Identificación del representante o apoderado, con la determinación de su domicilio y la casilla judicial para efecto de notificaciones;
- c) Descripción clara y completa de la marca que se pretende registrar;
- d) Indicación precisa del tipo o la naturaleza de la marca que se solicita, en función de su forma de percepción;
- e) Especificación individualizada de los productos o servicios amparados por la marca y determinación de la clase internacional correspondiente; y,
- f) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso.

Para efectos del cómputo de los plazos de prioridad y preferencia contenidos en la Ley e instrumentos internacionales, dicho plazo comenzará correr desde la fecha de presentación de la primera solicitud (IEPI, 2015).

4.8 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

La empresa de Asesoría, se encuentra organizada de manera vertical y funcional, bajo los siguientes niveles:

Nivel Estratégico.- está compuesto por el gerente general y presidente, los cuales son los encargados de establecer los objetivos de la empresa y cómo alcanzarlos, definir la estructura, organizar tareas, personas y otros recursos indispensables para el desenvolvimiento de las actividades de las misma, incentivando a su equipo de trabajo a dar lo mejor de sí para alcanzar el desempeño esperado, orientando a la intención y efectividad de alcanzar los resultados planificados.

Nivel Operativo.- está constituido por todo el equipo de trabajo que se encuentra bajo la autoridad del gerente y presidente, son los que realizan y efectivizan la misión de la empresa, bajo el cumplimiento a cabalidad de sus funciones y responsabilidades designadas según el cargo para el cual fueron contratados, precautelando los intereses de la empresa, ya que en base a su compromiso, aptitud, motivación y desempeño cumplen con los objetivos planteados por la organización.

El organigrama está formado de la siguiente manera:

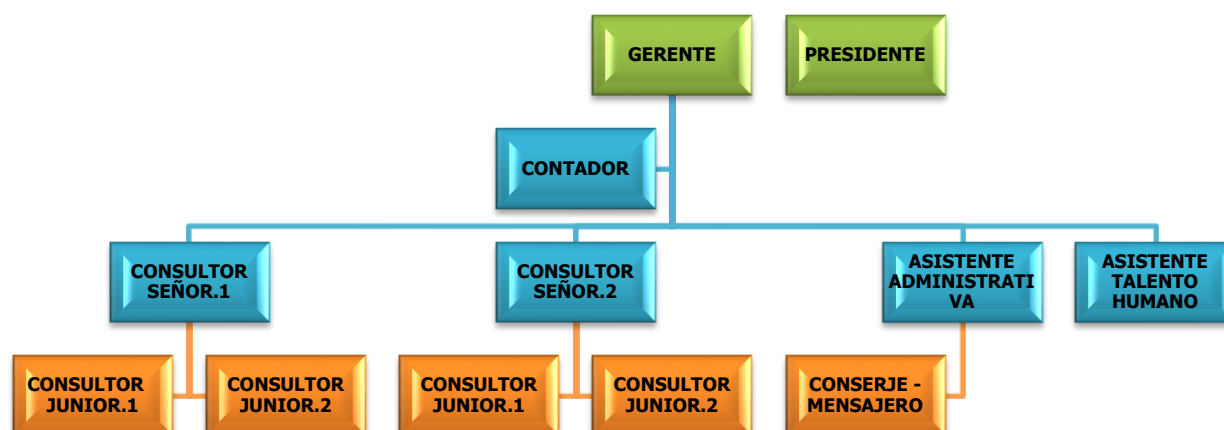


Gráfico 19. Organigrama Estructural

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

4.9 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

4.9.1 Funciones del Gerente

- Facilitar y comunicar toda la información necesaria a la Junta General de Accionistas de la compañía sobre la marcha administrativa y financiera del Negocio.
- Planear, organizar, dirigir y controlar los planes y programas de las asesorías orientadas a las empresas.
- Ejecutar los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social.
- Abrir o cerrar cuentas corrientes en instituciones bancarias, girar cheques contra cuentas de la sociedad provistas de fondos o contra créditos o sobregiros autorizados, contratar préstamos o mutuos a favor de la sociedad, y en general toda clase de operaciones bancarias, financieras y mercantiles.
- Controlar los informes mensuales presentados por parte de los Asesores, para realizar un seguimiento oportuno.
- Establecer las políticas de negociación del servicio, de acuerdo al mercado, calidad del servicio, entre otros.
- Administrar los recursos financieros.
- Analizar frecuentemente las disposiciones legales que tengan relación con la marcha del Negocio.
- Dirigir y coordinar la elaboración, aprobación y ejecución de la política salarial de la empresa

4.9.2 Funciones del Presidente

El objetivo del presidente es implementar, coordinar y desarrollar políticas enfocadas a las acciones hacia el correcto funcionamiento de la empresa, debiendo reportar la ejecución de sus actividades a la Junta General de accionistas.

- Ejercer la representación legal de la empresa.
- Apoyar las actividades de la Empresa.
- Firmar cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: Vicepresidente y Tesorero.
- Crear los empleos que juzgue necesarios para el buen servicio de la compañía, señalarles funciones, fijar las remuneraciones de los mismos y removerlos libremente, lo mismo que resolver sobre la renuncia o licencia de esos empleados.
- Presentar a la Asamblea General, en sus sesiones ordinarias y en asocio de la Junta Directiva, un informe sobre la forma como hubiere llevado a cabo su gestión y sobre la marcha de la compañía y proponer las reformas estatutarias o de otra índole que estime necesarias o convenientes.
- Ejecutar todos los actos y celebrar todos los contratos que tiendan al desarrollo del objeto social y determinar la inversión que debe darse a los fondos de la compañía.

4.9.3 Funciones del Contador y consultores

Brindar los servicios de consultoría y asesoramiento, analizar información verificando exactitud a fin de garantizar resultados oportunos, para ello la empresa contara con la participación de 1 contador general (CPA) que se distribuirán sus funciones de la siguiente forma: se encargaran de prestar servicios de asesoría contable y se encargue del manejo de las transacciones de la empresa, y 6 consultores que se encargaran de prestar servicios en los contratos de consultoría.

- Tomar decisiones en forma oportuna y eficiente basado en registros contables y desde luego en los resultados obtenidos.
- Aplicar en forma creativa y crítica los conocimientos adquiridos en contabilidad. Diseñar sistemas de información contables de manera que asegure la claridad y transparencia de la información.

- Ejercer y delegar responsabilidades en temas contables, financieros y tributarios.
- Preparar y elaborar los Estados Financieros que la empresa requiera para su funcionamiento.
- Elaborar el proceso de contabilidad de los clientes
- Diseñar propuestas de asesoramientos para los clientes
- Detectar problemas y darles solución
- Supervisión del trabajo
- Elaboración de los reportes contables de la empresa.

4.9.4 Funciones del Asistente de Recursos Humanos

- Identificar las necesidades de capacitación y desarrollo del personal.
- Servir de base en la calificación de méritos y la evaluación de puestos.
- Precisar las funciones encomendadas a cada cargo, para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones.
- Propiciar la uniformidad en el trabajo.
- Permitir el ahorro de tiempo y esfuerzos en la ejecución del trabajo evitando repetir instrucciones sobre lo que tiene que hacer el empleado.
- Sirve de medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, ya que facilita su incorporación a las diferentes unidades.
- Proporcionar el mejor aprovechamiento de los recursos humanos

4.9.5 Funciones de la Asistente Administrativa

- Realizar los descargos o pagos contra cada proyecto de compromiso.
- Llenar formatos de órdenes de pago por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos.
- Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- Controlar los pagos efectuados al personal administrativo

- Controlar los avances a justificar, otorgados a las dependencias para cubrir gastos de urgencias.
- Recibe y revisa las facturas y comprobantes de los gastos efectuados con los avances a justificar.
- Redacta y transcribe correspondencia y documentos diversos.
- Lleva control de la caja chica.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

4.9.6 Funciones del Conserje – Mensajero

- Entregar todo tipo de correspondencia o documentación pendiente a sus diferentes destinatarios.
- Realizar y mantener el aseo de todas las instalaciones de la empresa.
- Controlar el ingreso de todas las personas tanto internas o externas a la misma.
- Realizar depósitos de dinero o cheques en las diferentes instituciones financieras.

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los costos durante la operación del mismo y los beneficios futuros, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. La finalidad es determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión (Meza, 2009).

El objetivo de este estudio es analizar la factibilidad financiera del presente proyecto, y establecer los recursos económicos - financieros que requiere para la puesta en marcha.

5.1 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

5.1.1 Inversión Inicial

En lo referente a la inversión inicial, comprende la adquisición de todos los activos fijos (tangibles) y diferidos (intangibles) necesarios para iniciar las operaciones de la empresa de asesoría, es decir, son desembolsos que los accionistas afrontan para la ejecución del proyecto.

5.1.1.1 *Activos Fijos*

El activo fijo comprende el conjunto de bienes que no son motivo de transacciones corrientes por parte de la empresa. Se adquieren una vez durante la etapa de instalación y se utilizará a lo largo de su vida útil.

Para constituir la empresa de consultoría primero se deberá adquirir equipos de oficina, equipos de computación, muebles y enseres, y por supuesto software los cuales permitirán ofrecer un adecuado servicio a los clientes.

Cabe Indicar que no se considera inversión en terrenos, ni obras civiles en adecuaciones; pues se establece la opción de tomar una oficina solo en arrendamiento.

Tabla 21.Activos Fijos



EMPRESA SANDO ASESORES S.A
ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANT	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Gerencial Adojio 180 x 180	2	230,00	460,00
Estaciones de Trabajo	9	165,00	1.485,00
Biblioteca 180 x 80 x 40	1	180,00	180,00
Archivador Aéreo	9	65,00	585,00
Sillón Master	2	180,00	360,00
Sillas Secretaria	6	80,00	480,00
Sillas Giratorias C/B	9	30,00	270,00
Mesa 10 Puestos	1	300,00	300,00
Archivador 4 Gavetas	9	130,00	1.170,00
Armario (estantería)	2	165,00	330,00
Tachos de basura metálicos	11	13,81	151,91
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			5.771,91
EQUIPOS DE OFICINA			
Computadoras Fijas Compact	3	571,20	1.713,60
Impresora Copiadora - Scanner Epson L555	2	386,46	772,92
Central Telefónica Panasonic	1	1.200,00	1.200,00
Plan Corporativo celulares	1	400,00	400,00
Microondas LG	1	169,00	169,00
Mini Bar 45lt Electro lux	1	189,00	189,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			4.444,52
EQUIPOS DE COMPUTACION			

Laptops HP Acer Intel	6	750,00	4.500,00
Servidor	1	2.500,00	2.500,00
Software Contable	1	650,00	650,00
Infocus – proyector	1	750,00	750,00
Tela para Infocus – Proyector	1	120,00	120,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACION			8.520,00

TOTAL INVERSION	18.736,43
------------------------	------------------

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

El siguiente cuadro, presenta la depreciación que tendrán los activos fijos a lo largo del horizonte del proyecto.

Tabla 22. Depreciación de Activos Fijos

ACTIVO FIJO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL AÑOS	% DEPREC. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y Enseres	5.771,91	5	30,81%	1.154,38	1.154,38	1.154,38	1.154,38	1.154,38
Equipos de Oficina	4.444,52	5	23,72%	888,90	888,90	888,90	888,90	888,90
Equipos de Computación	8.520,00	3	45,47%	2.840,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00	2.840,00
TOTAL DEPREC ACTIVO FIJO	18.736,43			4.883,29	4.883,29	4.883,29	4.883,29	4.883,29

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.1.1.2 Activo Diferido

En activos diferidos son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para el inicio de la asistencia de servicios por parte de la empresa de asesoría.

Tabla 23.Activos Diferidos

DETALLE	COSTO TOTAL	%
Gastos de Constitución	750,00	31,25%
Patentes	100,00	4,17%
Diseño Marca y Logotipo	900,00	37,50%
Promoción y Publicidad	650,00	27,08%
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	2.400,00	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.1.1.3 Inversión de Personal

A continuación se detalla cargos y honorarios de personal tanto administrativo como operativo que necesitará la empresa asesora.

Tabla 24.Inversión Personal

PERSONAL REQUERIDO				
Nº	PERSONAL	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gerente	1	3.000,00	3.000,00
2	Presidente	1	3.000,00	3.000,00
3	Auditor Señor	2	900,00	1.800,00
4	Auditor Junior	4	850,00	3.400,00
5	Asistente Administrativa	1	550,00	550,00
6	Asistente Talento Humano	1	800,00	800,00
7	Contador General	1	750,00	750,00
8	Mensajero – Conserje	1	400,00	400,00
	TOTAL		10.250,00	13.700,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.1.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es “la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante”. (Vaca Urbina, 2006)

El capital de trabajo es todo aquello que la empresa asesora necesitara para iniciar sus finanzas, los rubros que han sido tomados en cuenta para el capital de trabajo bruto se resumen en el siguiente cuadro:

Tabla 25.Capital de Trabajo

DETALLE	COSTO TOTAL	%
Efectivo	2.000,00	13,23%
Clientes	12.800,00	84,70%
Inventarios Útiles de Oficina	311,77	2,06%
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	15.111,77	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por:Maruja Sando

5.1.3 Inversión Total

La inversión total hace referencia a la suma de la inversión inicial y el capital adicional que se necesita para iniciar operaciones y cubrir los gastos más fuertes.

Tabla 26.Inversión Total

DETALLE	COSTO TOTAL	%
Activos Fijos	18.736	51,69%
Activos Diferidos	2.400	6,62%
Capital de Trabajo	15.111	41,69%
TOTAL INVERSION	36.248	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.1.3.1 Financiamiento

Se detalla financiamiento de la inversión, el cual está compuesto por capital propio y préstamo respectivamente.

Tabla 27.Financiamiento

DETALLE	VALOR	PARTICIP
Capital Propio	10.000	27,59%
Financiamiento	26.248	72,41%
TOTAL INVERSION INICIAL	36.248	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por:Maruja Sando

Una vez determinado el valor de la inversión inicial del proyecto, se establece que para poder cubrir esto se requerirá de un préstamo, el valor que se considera necesario es de \$26.248, a cinco años con un interés del 12%.

Tabla 28. Rendimiento de los Accionistas

EMPRESA SANDO ASESORES S.A

RENDIMIENTO DE ACCIONISTAS

Año: 20X0

Monto \$ 26.248,20

Tasa 12%

Plazo 5

TABLA 26: TABLA DE AMORTIZACION

METODO AMERICANO

PERIODO	MONTO	CAPITAL	INTERES	CUOTA
0	\$ 26.248,20			
1	\$ 22.116,48	\$ 4.131,72	\$ 3.149,78	\$ 7.281,51
2	\$ 17.488,95	\$ 4.627,53	\$ 2.653,98	\$ 7.281,51
3	\$ 12.306,12	\$ 5.182,83	\$ 2.098,67	\$ 7.281,51
4	\$ 6.501,34	\$ 5.804,77	\$ 1.476,73	\$ 7.281,51
5	\$ -	\$ 6.501,34	\$ 780,16	\$ 7.281,51
		\$ 26.248,20	\$ 10.159,33	\$ 36.407,53

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.1.3.2 Capital Propio

Los accionistas aportarán con el 50% de la inversión total de manera tal que puedan cubrirse los gastos generales de la empresa.

Tabla 29.Capital Propio

INVERSIONISTAS	MONTO APORTADO	% PARTICIPACION
Accionista 1	5.000,00	50%
Accionista 2	5.000,00	50%
TOTAL APORTADO	10.000,00	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por:Maruja Sando


5.1.4 Estado de Situación Financiera Inicial del Proyecto

Al inicio de la actividad económica de la empresa se desarrolla un informe general inicial, el mismo que no forma parte de los balances financieros según lo que establece la NIC 1 pero es un reporte que muestra financieramente como inicia sus actividades la empresa.

El balance General es un informe que presenta de manera resumida toda la información referente a los movimientos financieros que generó la empresa durante un periodo económico o un ejercicio fiscal.(Slideshare, 2013)

A continuación se presenta un balance inicial y el balance proyectado de los movimientos que generará el proyecto.

Tabla 30. Balance General Proyectado

 SANDO CONSULTORES		BALANCE GENERAL PROYECTADO					
		Año: 20X0					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
ACTIVOS							
ACTIVO CORRIENTE							
Caja Bancos	\$ 2.000	\$ 19.338	\$ 20.875	\$ 24.222	\$ 25.026	\$ 26.622	
Cuentas	\$ 12.800	\$ 31.061	\$ 33.677	\$ 37.132	\$ 39.363	\$ 41.760	
Inventarios Útiles de Ofic	\$ 312	\$ 312	\$ 312	\$ 312	\$ 312	\$ 312	
Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.112	\$ 50.711	\$ 54.864	\$ 61.666	\$ 64.701	\$ 68.693	
ACTIVO FIJO							
Muebles y Enseres	\$ 5.772	\$ 5.772	\$ 5.772	\$ 5.772	\$ 5.772	\$ 5.772	
Equipo de Computo	\$ 8.520	\$ 8.520	\$ 8.520	\$ 8.520	\$ 8.520	\$ 8.520	
Equipo de Oficina	\$ 4.445	\$ 4.445	\$ 4.445	\$ 4.445	\$ 4.445	\$ 4.445	
Dep. Acumulada	\$ -	\$ (4.883)	\$ (9.767)	\$ (14.650)	\$ (19.533)	\$ (24.416)	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 18.736	\$ 13.853	\$ 8.970	\$ 4.087	\$ (797)	\$ (5.680)	
OTROS ACTIVOS							
Inversiones en Otras Empresas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Gastos de Continuación	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	
TOTAL ACTIVOS	\$ 36.248	\$ 66.965	\$ 66.234	\$ 68.152	\$ 66.305	\$ 65.413	
PASIVOS							
PASIVO CORRIENTE							
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Obligaciones Bancarias	\$ 26.450	\$ 22.677	\$ 33.550	\$ 33.969	\$ 35.382	\$ 35.382	
Intereses por Pagar	\$ 3.703	\$ 3.175	\$ 4.697	\$ 4.756	\$ 4.953	\$ 4.953	
Dividendos por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Imp y Part Trabajadores	\$ 1.582	\$ 4.240	\$ 2.175	\$ 3.203	\$ 4.339	\$ 4.339	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 31.735	\$ 30.092	\$ 40.422	\$ 41.928	\$ 44.674	
PASIVO A LARGO PLAZO							
Préstamos L/P	\$ 26.248	\$ 22.116	\$ 17.489	\$ 12.306	\$ 6.501	\$ -	
TOTAL PASIVOS	\$ 26.248	\$ 53.852	\$ 47.581	\$ 52.728	\$ 48.429	\$ 44.674	
PATRIMONIO							
Capital	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	
Reservas	\$ 311	\$ 1.145	\$ 1.573	\$ 2.203	\$ 3.057	\$ 3.057	
Utilidad Retenida	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 2.801	\$ 7.507	\$ 3.851	\$ 5.672	\$ 7.682	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 10.000	\$ 13.113	\$ 18.653	\$ 15.424	\$ 17.875	\$ 20.739	
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 36.248	\$ 66.965	\$ 66.234	\$ 68.152	\$ 66.305	\$ 65.413	
<i>Consol</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ 0</i>	<i>\$ 0</i>	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.1.5 Estado de Resultados Integral del Proyecto

El estado de resultados del proyecto o conocido también como reporte económico, y hora con las NIIF's Estado de Resultados y Cuentas Integrales o simplemente Estado de Resultados Integrales, es un informe que refleja de manera resumida los movimientos generados en un periodo contable o un ejercicio fiscal, indicando como resultado final si la empresa generó Pérdidas o Ganancias.(Slideshare, 2013)

A continuación se indica un Estado de Resultados Presupuestado a 5 años.

Tabla 31. Estado de Resultados Integral Proyectado



ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO Año: 20X0

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
INGRESOS	\$ 248.491	\$ 269.414	\$ 297.052	\$ 314.908	\$ 334.078	\$ 1.463.942	
GASTOS							
Gastos de Administración	\$ 198.006	\$ 224.655	\$ 236.943	\$ 249.884	\$ 263.629	\$ 1.173.118	
Gastos de Ventas	\$ 38.936	\$ 26.349	\$ 46.860	\$ 49.286	\$ 51.840	\$ 213.271	
TOTAL GASTOS	\$ 236.943	\$ 251.004	\$ 283.803	\$ 299.170	\$ 315.469	\$ 1.386.389	
Utilidad Operacional	\$ 11.548	\$ 18.410	\$ 13.249	\$ 15.737	\$ 18.608	\$ 77.553	
% Rendimiento Operacional		4,6%	6,8%	4,5%	5,0%	5,6%	5,3%
Movimiento Financiero	\$ (6.853)	\$ (5.829)	\$ (6.796)	\$ (6.232)	\$ (5.734)	\$ (31.443)	
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Otros Egresos	\$ 6.853	\$ 5.829	\$ 6.796	\$ 6.232	\$ 5.734	\$ 31.443	
UAL&PT	\$ 4.695	\$ 12.582	\$ 6.454	\$ 9.505	\$ 12.875	\$ 46.110	
15% Participación Trabajadores	\$ 704	\$ 1.887	\$ 968	\$ 1.426	\$ 1.991	\$ 6.916	
Base Cálculo Impuesto Renta	\$ 3.991	\$ 10.694	\$ 5.486	\$ 8.079	\$ 10.943	\$ 39.193	
22% Impuesto Renta	\$ 878	\$ 2.353	\$ 1.207	\$ 1.777	\$ 2.408	\$ 8.623	
UDI&PT	\$ 3.113	\$ 8.342	\$ 4.279	\$ 6.302	\$ 8.536	\$ 30.571	
10% Reserva Legal	\$ 311	\$ 834	\$ 428	\$ 630	\$ 854	\$ 3.057	
UTILIDAD A DISPOSICION ACCIONISTAS	\$ 2.801	\$ 7.507	\$ 3.851	\$ 5.672	\$ 7.682	\$ 27.514	


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.1.6 Flujo de Caja

El Flujo de Caja o Flujo de Fondos consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los ingresos y egresos de efectivo registrados durante un período determinado; permitiendo el análisis financiero correspondiente, que sirve para conocer la capacidad de pago de la empresa y permite detectar el número de años en los cuales las empresas deben recurrir a préstamos ordinarios o pueden realizar nuevas inversiones. (Slideshare, 2013)

Tabla 32. Flujo de Caja Proyectado

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO				
		Año: 20X0				
INGRESOS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Cobros		\$ 230.229	\$ 266.799	\$ 293.597	\$ 312.676	\$ 331.681
Cuentas por Cobrar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS		\$ 230.229	\$ 266.799	\$ 293.597	\$ 312.676	\$ 331.681
EGRESOS						
Gastos de Administración		\$ 193.123	\$ 219.771	\$ 232.060	\$ 245.001	\$ 258.746
Gastos de Ventas		\$ 38.936	\$ 26.349	\$ 46.860	\$ 49.286	\$ 51.840
15% Participación Trabajadores			\$ 704	\$ 1.887	\$ 968	\$ 1.426
Impuesto Renta			\$ 878	\$ 2.353	\$ 1.207	\$ 1.777
Dividendos			\$ 2.801	\$ 7.507	\$ 3.851	\$ 5.672
Compras de Activos Fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE EGRESOS		\$ 232.060	\$ 250.504	\$ 290.667	\$ 300.313	\$ 319.461
Flujo Neto de Caja		\$ (1.830)	\$ 16.295	\$ 2.930	\$ 12.363	\$ 12.221
Saldo Inicial de Caja		\$ 2.000	\$ 19.338	\$ 20.875	\$ 24.222	\$ 25.026
<i>Flujo Neto de Caja sin Financiamiento</i>		<i>\$ 170</i>	<i>\$ 35.633</i>	<i>\$ 23.806</i>	<i>\$ 36.586</i>	<i>\$ 37.247</i>
Contratación de Préstamos		\$ 26.450	\$ 22.677	\$ 33.550	\$ 33.969	\$ 35.382
Pago de Préstamos (K)			\$ 26.450	\$ 22.677	\$ 33.550	\$ 33.969
Pago de Interés			\$ 3.703	\$ 3.175	\$ 4.697	\$ 4.756
Pago de Préstamos L/P(K)		\$ 4.132	\$ 4.628	\$ 5.183	\$ 5.805	\$ 6.501
Pago de Interés L/P		\$ 3.150	\$ 2.654	\$ 2.099	\$ 1.477	\$ 780
Inversiones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperar la Inversión			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cobro de Intereses			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SALDO FINAL DE CAJA		\$ 19.338	\$ 20.875	\$ 24.222	\$ 25.026	\$ 26.622
<i>Control</i>		<i>\$ -</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ -</i>	<i>\$ -</i>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.2 INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

“La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficio futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad del proyecto”(Meza, 2009)

5.2.1 Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad es especialmente importante en las empresas, puesto que a diario, éstas deben tomar decisiones en un medio exigente y que ofrece múltiples posibilidades y alternativas.

Siempre que se va a realizar una inversión, está presente el dilema y la incertidumbre de si es mejor invertir en una opción o en otra. Cada opción trae consigo ventajas y desventajas, las cuales hay que evaluar profundamente para decidir cual permite un menor costo de oportunidad. (Gerencia.com)

Una vez analizados los presupuestos de ingresos y egresos, y determinada la utilidad neta y flujo efectivo; se realizarán las evaluaciones correspondientes para la toma de decisiones financieras de la factibilidad el proyecto.

Tabla 33.Evaluación Financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UDI&PT		\$ 3.113	\$ 8.342	\$ 4.279	\$ 6.302	\$ 8.536
Otros Ingresos (Venta de Activos Fijos)						
(+) Gastos no desembolsables		\$ 4.883	\$ 4.883	\$ 4.883	\$ 4.883	\$ 4.883
<i>FLUJO EFECTIVO OPERACIONAL (FEO)</i>		\$ 7.996	\$ 13.225	\$ 9.162	\$ 11.185	\$ 13.419
Inversión	\$ (36.248)					
Financiamiento	\$ 26.248	\$ (4.132)	\$ (4.628)	\$ (5.183)	\$ (5.805)	\$ (6.501)
<i>FLUJO OPERACIONAL</i>	\$ (10.000)	\$ 3.864	\$ 8.597	\$ 3.979	\$ 5.380	\$ 6.918

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.2.2 Costo Promedio Ponderado de Capital

Para determinar el costo de las dos fuentes de financiamiento en una sola cifra expresada en términos porcentuales se efectúa el cálculo del costo promedio ponderado de capital, que para el presente proyecto se toma en consideración incluido escudo fiscal, como se detalla a continuación:

Tabla 34. Tasas para el Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital

Tasa Pasiva (1)	5,32%
Inflación	3,67%
Riesgo País	5,69%
TASA ACTIVA	14,68%
Riesgo del Negocio	0,68%
RENDIMIENTO ESPERADO	15,4%
ESCUDO LEGAL	33,7%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Tabla 35. Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital con Escudo Fiscal

DETALLE	VALOR	PARTICIP	% RENDIM	CPPC	ESCUDO FISCAL (33,7%)	CPPC CON ESCUDO
Capital Propio	10.000	27,59%	10,18%	2,81%	0,95%	1,86%
Financiamiento	26.248	72,41%	12,0%	8,69%	2,93%	5,76%
TOTAL INVERSION INICIAL	36.248	100,00%	22,18%	11,50%	3,88%	7,62%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.2.3 Valor Actual Neto del Proyecto (VAN)

El método del Valor Actual Neto utilizado para la evaluación de proyectos, consiste en traer todas las entradas de efectivo o flujos de caja y compararlos con la inversión inicial neta. Se considera como valor actual neto, a la diferencia de la

inversión y actualización de los flujos de efectivo del proyecto, utilizando un factor de descuento dado por el costo ponderado de capital.

Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en ese momento a tiempo cero. Es claro que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará como resultado que el VAN sea mayor que cero” (Vaca Urbina, 2006)

Para calcular el VAN se aplica la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{(FA1)}{(1+i)^0} + \frac{(FA2)}{(1+i)^1} + \frac{(FA3)}{(1+i)^2} + \dots + \frac{(FAn)}{(1+i)^n} - IIN$$

Tabla 36. Cálculo del Valor Actual Neto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VA	\$ 21.474	\$ 3.507	\$ 7.082	\$ 2.975	\$ 3.650	\$ 4.260
VA (Acumulado)	\$ 21.474					
VAN	\$ 11.474					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Para el proyecto el VAN es igual a \$ 11.474; es decir el proyecto rinde esa cantidad sobre lo mínimo exigido, su resultado es positivo y mayor que 0.

5.2.4 Tasa Interna de Retorno del Proyecto (TIR)

Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión. (Vaca Urbina, 2006)

El T.I.R. o Tasa Interna de Retorno, es un valor relativo que nos indica en qué % se debe establecer una tasa de descuento para que el V.A.N. dé como resultado 0, en otras palabras que los flujos sean igual a la inversión.

Para el proyecto la TIR es igual a:

$$\text{TIR} = 47\%$$

Como la TIR es igual a 47% porcentaje mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que para el proyecto es del 10.18%, en conclusión el proyecto es rentable.

5.2.5 Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto (PRI)

Representa el tiempo en el cual, una vez ejecutado el proyecto, se recupera la inversión realizada. Este período debe ser el menor posible para afirmar que es un proyecto muy exitoso(Fontaine, 2006).

Nos da una visualización del tiempo en el cual la inversión será recuperada generando así la expectativa de todo negocio conocida como ganancia y en su efecto utilidad o rentabilidad.

Su cálculo es sencillo, se procede a realizar una suma acumulada de los flujos y en el año en el cual se refleje una variación positiva, entonces ese sería el tiempo o periodo de recuperación del proyecto.

Tabla 37. Cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑOS	VALOR ACTUAL	ACUMULADO
1	\$ 3.507	\$ 3.507
2	\$ 7.082	\$ 10.589
3	\$ 2.975	\$ 13.564
4	\$ 3.650	\$ 17.214
5	\$ 4.260	\$ 21.474
Inversión	\$ 10.000	
Recuperación	\$ (3.507)	
	\$ 6.493	
	\$ 2,85	
Meses	4,21	
Días	6,3	
PRI	4 meses 6 días	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Como se puede observar con el cálculo del periodo de recuperación, se estima que la inversión será recuperada en 4 meses 6 días.

5.2.6 Costo Beneficio

La relación costo- beneficio es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. Este criterio se requiere que la razón sea mayor o igual que uno (1) para que el proyecto sea aceptable, ya que este resultado indica que el valor actualizado de los ingresos cubre el valor actualizado de los costos. (Fontaine, 2006)

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$C/B = \frac{\sum \text{Flujos Netos}}{\text{Inversion Inicial}}$$

En el caso del proyecto, la Relación Beneficio-Costo es:

Tabla 38. Cálculo de la Relación Costo – Beneficio

VA (Acumulado)	\$	21.474
Total Inversion	\$	(10.000)
Costo Beneficio C/B	\$	2,15

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

Quiere decir que por cada dólar invertido se tiene un beneficio de 1,15 centavos de dólar.

5.2.7 Punto de Equilibrio del Proyecto.

“El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar”(Vaca Urbina, 2006). Para determinar el punto de equilibrio es necesario distribuir los costos en costo fijo y en costo variable, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 39. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
COSTOS FIJOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	155.263	163.163	171.440	180.114	189.204
Arriendo	4.560	5.016	5.518	6.069	6.676
Internet	480	499	524	545	567
Servicios Basicos	9.060	66.830	70.172	72.979	75.898
TOTAL GTOS ADMINISTRATIVOS	144.920	208.912	218.861	228.567	238.751
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	2.400	2.640	2.904	3.194	3.514
TOTAL GTOS DE VENTA	2.400	2.640	2.904	3.194	3.514
TOTAL COSTOS FIJOS	147.320	211.552	221.765	231.761	242.264

COSTOS VARIABLES					
Honorarios	31.256	18.176	38.136	40.009	41.975
Servicios Basicos	900	936	983	1.022	1.063
TOTAL COSTO VARIABLE	32.156	19.112	39.119	41.031	43.038

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Maruja Sando

El punto de equilibrio para la empresa de asesoría se estimará en el punto de equilibrio en ventas.

Para determinar el punto de equilibrio en ventas se utilizó la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

El punto de equilibrio en ventas que se obtuvo se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 40. Punto de Equilibrio en Ventas

DESCRIPCION	PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	147.320	211.552	221.765	231.761	242.264
Costos Variables	32.156	19.112	39.119	41.031	43.038
Ventas Netas	244.863	265.001	292.519	337.172	378.770
PUNTO DE EQUILIBRIO	169.591	227.995	256.000	263.872	273.320

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

El punto de equilibrio en ventas en el primer año es cuando se alcanza \$169.591 en ventas.

5.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la

inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, etc.).

De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.(Slideshare, 2013)

Tabla 41.Análisis de Sensibilidad

	\$	36.205	73	74	75	76	77	78	79	80	81
	900		37.362	39.947	42.531	45.115	47.699	50.283	52.867	55.420	57.957
	950		47.876	50.598	53.321	56.009	58.682	61.356	64.030	66.704	69.377
	1000		58.318	61.128	63.938	66.748	69.558	72.368	75.178	77.988	80.798
	1050		68.650	71.596	74.542	77.488	80.434	83.380	86.326	89.272	92.218
	1100		78.981	82.063	85.145	88.227	91.309	94.391	97.474	100.556	103.638
	1150		89.312	92.530	95.748	98.967	102.185	105.403	108.617	111.782	114.947
PRECIOS	1200		99.643	102.997	106.352	109.683	112.982	116.280	119.579	122.877	126.110
	1250		109.946	113.379	116.811	120.243	123.661	127.026	130.340	133.643	136.947
	1300		120.105	123.660	127.155	130.592	134.023	137.455	140.887	144.319	147.751
	1350		130.071	133.631	137.192	140.752	144.313	147.873	151.434	154.994	158.555
	1400		139.846	143.535	147.224	150.913	154.602	158.291	161.981	165.670	169.359
	1450		149.621	153.439	157.256	161.074	164.892	168.710	172.527	176.345	180.163
	1500		159.396	163.342	167.289	171.235	175.181	179.128	183.074	187.021	190.967
	1550		169.171	173.246	177.321	181.396	185.471	189.546	193.621	197.696	201.771
	1600		178.946	183.149	187.353	191.557	195.760	199.964	204.168	208.371	212.575



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

5.4 INDICADORES FINANCIEROS

Las razones financieras o los denominados ratios representan el cociente entre magnitudes que tienen cierta relación y por este motivo se comparan. Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, relacionan los rendimientos de la empresa con sus ventas, activos o capital contable. Miden el éxito de la

empresa en un período determinado, desde el punto de vista financiero. Los ratios no se acostumbran a estudiar solo se comparan. (Gerencia.com)

Tabla 42. Análisis Financiero



FLUJO DE CAJA PROYECTADO
Años 20X0

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
SOLVENCIA						
ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	0,48	1,69	1,36	1,47	1,45	1,29
POR CADA DÓLAR DE PASIVO CORRIENTE, LA COMPAÑÍA RAUF S.A CUENTA CON \$1,99 PROMEDIO EN LOS CINCO AÑOS PARA RESPALDAR CON EL ACTIVO CORRIENTE.						
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO						
PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL	80,4%	71,8%	77,4%	73,0%	68,3%	74,2%
LAS DEUDAS DE LA EMPRESA REPRESENTAN EN PROMEDIO EL 50,6% CON RELACIÓN A LOS RECURSOS QUE DISPONE PARA SATISFACERLOS						
ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL						
PASIVO TOTAL / PATRIMONIO	4,11	2,55	3,42	2,71	2,15	2,99
EL PATRIMONIO SE ENCUENTRA PROMETIDO EN 1,28 EN PROMEDIO POR CADA DÓLAR DE ENDEUDAMIENTO CON ACREEDORES						
APALANCAMIENTO FINANCIERO						
UAI / PATRIMONIO) / (UAI / ACTIVOS TOTALES)	5,11	3,55	4,42	3,71	3,15	3,99
INDICA QUE LOS FONDOS AJENOS REMUNERABLES CONTRIBUYEN 2,28 VECES PROMEDIO A QUE LA RENTABILIDAD DE LOS FONDOS PROPIOS SEA SUPERIORA LO QUE SERÍA SI LA EMPRESA NO SE ENDEUDARÍA.						
ROTACIÓN DE CARTERA						
VENTAS / CUENTAS POR COBRAR	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
LAS CUENTAS POR COBRAR SE REACUDAN EN PROMEDIO 8 VECES AL AÑO.						
PERÍODO MEDIO DE COBRANZA						
CUENTAS X COBRAR * 365) / VENTAS	46	46	46	46	46	46
EL NÚMERO DE DÍAS PROMEDIO REQUERIDO PARA CONVERTIR LAS CUENTAS POR COBRAR EN EFECTIVO SON 46 DÍAS						
IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS / VENTAS	95,4%	93,2%	95,5%	95,0%	94,4%	94,7%
LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS CORRESPONDEN AL 92,1% PROMEDIO DEL TOTAL DE LAS VENTAS						
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL						
VENTA ANUALES / ACTIVOS TOTALES	3,71	4,07	4,36	4,75	5,11	4,40
LA EMPRESA GENERA INGRESOS EQUIVALENTES A 4,27 VECES PROMEDIO A TRAVÉS DEL USO DE SUS ACTIVOS						
RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN						
UTILIDAD NETA / ACTIVOS TOTALES	0,07	0,19	0,09	0,14	0,20	0,14
POR CADA DÓLAR DE INVERSIÓN, LA EMPRESA RECIBE \$0,29 DE RENTABILIDAD PROMEDIO EN LOS CINCO AÑOS						
RENTABILIDAD NETA DE VENTAS (M/N)						
UTILIDAD NETA / VENTAS	1,9%	4,7%	2,2%	3,0%	3,9%	3,1%
LOS ACCIONISTAS CUENTAN CON EL 6,5% PROMEDIO DE SUS VENTAS PARA CONTINUAR OPERANDO.						
RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO						
UTILIDAD NETA / PATRIMONIO	35,8%	67,5%	41,8%	53,2%	62,1%	52,1%
LA RENTABILIDAD QUE OBTIENEN LOS INVERSIONISTAS ES EL 47,2% PROMEDIO DE LA INVERSIÓN REALIZADA						

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Maruja Sando

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir este estudio, se presentan a continuación las conclusiones obtenidas del proyecto así como también las recomendaciones necesarias para la ejecución con éxito de la empresa de asesoría en auditoría externa.

6.1 CONCLUSIONES

- El principal problema de las mipymes es el tener débiles procesos de control interno en la parte administrativa y financiera para administrar sus negocios.
- Con respecto a la situación actual los procesos que se llevan a cabo para producir los diferentes servicios de consultoría y asesoría, estos son factibles de realizarlos sin ningún inconveniente.
- El estudio de mercado permite conocer que es factible incursionar en el mercado referente a esta actividad, debido a que existe un número considerable de empresas mipymes a las cuales puede dirigirse el proyecto, ya que por el lugar geográfico de estudio transitan un gran número que requieren el servicio de acuerdo a la investigación realizada dicha demanda está básicamente dada en función de la capacidad de servicio de consultoría y asesoría a implementarse.
- En base al estudio analizado y a las disponibilidades de recursos, se concluye que la empresa consultora estará en capacidad de atender la demanda insatisfecha en cuestión.
- En base a la evaluación financiera como al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que este es viable y rentable ya que posee un VAN positivo de \$ 11.474,00 dólares, la TIR se ubica en 47

%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 4 meses y 6 días, tiempo que se cumple dentro de los objetivos corporativos, la relación beneficio costo es de 2,15, es decir que por cada dólar invertido se gana 1,15 dólares, lo que justifica la inversión.

6.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las empresas mipymes utilizar procesos de control interno que respondan a todos los requerimientos y necesidades para mejorar la administración de sus negocios, incrementando su producción, posicionamiento en el mercado y competitividad.
- Para llevar a cabo los procesos de consultoría y asesoría es imprescindible que el trabajo a realizar sea por un especialista en esta rama, y que tenga experiencia, proyecciones de estandarizar los procesos para asegurar la calidad del servicio.
- Al empresario interesado en realizar un proyecto de consultoría, es necesario que en la investigación de mercado se realice un mapeo de servicios del lugar geográfico donde se pretende realizar el estudio, que permita conocer dicho mercado y así establecer la mejor propuesta en el proyecto.
- Se recomienda a la empresa atender por lo menos un porcentaje mínimo de cada segmento, con la finalidad de aprovechar al máximo la capacidad instalada de la empresa.
- Implementar el proyecto considerando que: el VAN del proyecto es mayor a cero lo que implica que el proyecto es viable, la TIR es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable, por lo que se recomienda la ejecución del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing*. Madrid: Thomson.
- Ibáñez, J. (12 de abril de 2015).
http://www.liderdeproyecto.com/manual/los_requerimientos.html.
 Recuperado el 02 de 02 de 2015, de
http://www.liderdeproyecto.com/manual/los_requerimientos.html
- Blanco, A. (2008). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Caracas: Torán.
- Cámara, D., Kotler, P., Grande, I., & Cruz, I. (s.f.). *Dirección de Marketing*. Edición del Milenio Pág. 10.
- Cordova Padilla, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogota: Ecoe.
- Cuerpo de Bomberos de Macas. (12 de abril de 2015).
<http://www.bomberosMacas.gob.ec/>. Recuperado el 12 de 02 de 2015, de
<http://www.bomberosMacas.gob.ec/>
- Cultural S.A. (1999). *Diccionario de Marketing*. Madrid: Cultural.
- de Cultural S.A. (s.f.). *Diccionario de Marketing*. Edición 1999, Pág. 192.
- Emprendedores. (14 de abril de 2015). *Viabilidad Financiera*. Recuperado el 23 de 10 de 2014, de
<http://todoparaemprendedores.wordpress.com/2010/12/01/diferencia-entre-viabilidad-economica-y-financieravia/>
- Ferrer, J. (31 de julio de 2010). *La Metodología y Planteamiento del Problema*. Recuperado el 29 de 10 de 2014, de <http://metodologia02.blogspot.com/>
- Fisher, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: Mc Graw Hill.
- Fontaine, E. (2006). *Evaluación Social de Proyectos*. Colombia: Alfa Omega.
- Gerencia.com. (s.f.). <http://www.gerencia.com/costo-de-oportunidad.html>.
 Recuperado el 07 de 03 de 2015, de <http://www.gerencia.com/costo-de-oportunidad.html>
- Gerry, J., & Kevan, S. (2001). *Dirección Estratégica*. Madrid: Prentice Hall.

- IEPI. (12 de abril de 2015). www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion. Recuperado el 12 de 02 de 2015, de www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion
- IESS. (12 de 02 de 2015). <http://www.iess.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.iess.gob.ec/>
- Kayle, A. (23 de agosto de 2012). *El eslogan o lema publicitario*. Recuperado el 09 de 02 de 2015, de <http://www.crecenegocios.com/el-eslogan-o-lema-publicitario/>
- Meza, J. (3 de Abril de 2009). *Evaluación financiera de proyectos, proyecciones a precios corrientes o a precios constantes*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantess.htm>
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM.
- Mokate, K. M. (2004). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión*. Colombia: Alfa-Omega.
- Municipio de Macas. (12 de abril de 2015). <http://www.Macas.gob.ec/>. Recuperado el 12 de 02 de 2015, de <http://www.Macas.gob.ec/>
- Ocampo, J. E. (2002). *Costos y Evaluación de Proyectos*. Mexico: Continental.
- Roblero, C. (2006). *Técnicas y Procesos de la Investigación Científica*.
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson.
- Slideshare. (09 de junio de 2013). *Unidad 6 estudio administrativo y legal*. Recuperado el 25 de 10 de 2014, de <http://es.slideshare.net/sagjess/unidad-6-estudio-administrativo-y-legal-22680464>
- SRI. (12 de abril de 2015). <http://www.sri.gob.ec/>. Recuperado el 12 de 02 de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (12 de abril de 2015). *Constitución Electrónica*. Recuperado el 12 de 02 de 2015, de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

Tandazo, C. (octubre de 2012). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de

Propuesta para la creacion de una empresa de Asesoría Contable y

Tributaria orientada a las Pequeñas y Medianas Empresas:

<http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/1810/1/T-UCE-0003-263.pdf>

Universidad Tecnológica de Santander. (12 de abril de 2015). *Principios y Valores*

Institucionales. Recuperado el 12 de 02 de 2015, de

http://www.uts.edu.co/tongeo2/app/modules/outside/contenido.php?page=24&url_k=282873c79e0c7271deda719cd7fa9c5c

Vaca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

ANEXOS

INSTRUCCIONES: Marque con una X en la respuesta que usted crea conveniente

Encuesta para estudio de mercado del trabajo de titulación de la maestría en Auditoría y Finanzas de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

INSTRUCCIONES: Marque con una X en la respuesta que usted crea conveniente

1.- ¿Cuál es la actividad económica de la empresa

Comercial ()

Servicios ()

Industrial ()

2.- ¿De qué tamaño considera usted que es su empresa?

Pequeña ()

Mediana ()

Grande ()

3.- ¿Considera usted necesario conocer la opinión o sugerencias de profesionales que no trabajen en la empresa?

Si () NO ()

4.- Desearía que le realicen una consultoría a su empresa a bajo costo?

Si () NO ()

5.- ¿En qué áreas desearía que se le aplique la consultoría a su empresa?

Ventas ()

Compras ()

Contabilidad ()

Recursos Humanos ()

Producción ()

6.- ¿Cuál sería el costo que estaría dispuesto a cancelar por un servicio de Consultoría para su empresa?

De \$600 a \$800 ()

De \$800 a \$1000 ()

De \$1000 a \$1200 ()

De \$1200 a \$1500 ()

> a \$1500 ()

7.- En caso de haber contratado una consultoría a su empresa con qué frecuencia aplicaría usted este servicio:

1 vez al año ()

2 veces al año ()

8.- ¿Cuáles considera usted que deberían ser los parámetros para contratar un servicio de consultoría y asesoramiento tributario – contable?

Experiencia ()

Costo ()

Compromiso ()

Asesoría ()

9.- ¿Cree Ud. que la creación de una empresa de servicio de consultoría y asesoramiento tributario – contables una idea innovadora y necesaria para el desarrollo de las pymes?

SI ()

NO ()

10.- En caso de ofrecerle nuestros servicios como empresa de de consultoría y asesoramiento tributario – contable. ¿Le interesaría contratarnos?

Definitivamente lo haría ()

Probablemente lo haría ()

Probablemente no lo haría ()

Definitivamente no lo haría ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN