



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CPA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
FINANZAS Y AUDITORÍA CPA.**

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una Empresa de
servicios de asesoramiento Contable, Tributario y Financiero en
el sector de Tumbaco provincia de Pichincha.”**

AUTOR:

EDWIN HERNAN MANOPANTA AIGAJE

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. KAROLAY CARRERA

QUITO 2013

CERTIFICACIÓN

Certifico que la Tesis cuyo tema es: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el sector de Tumbaco provincia de Pichincha”, fue desarrollada por la estudiante Manopanta Aigaje Edwin Hernán, bajo mi dirección y control.

Director de tesis:
Ing. Karolay Carrera

AUTORÍA

Del contenido de la presente investigación, se responsabiliza el autor.

Edwin Hernán Manopanta Aigaje

AUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación principalmente se lo dedico a DIOS por haberme permitido llegar hasta este punto tan importante de mi vida y cumplir con uno de mis objetivos, de igual manera a mis padres que me demostraron su gran apoyo, consejos, la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo cada día de mi vida, por cambiar, fortalecer mi corazón y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, a mi madre María Rosa Aigaje y a mi Padre Segundo Hernán Manopanta, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron, mamá papa gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se los debo a los dos, mis hermanos Álvaro Manopanta y Silvana Manopanta por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho, A Todos mis amigos, por compartir los buenos y malos momentos y finalmente agradezco de todo corazón a mi director de tesis el Ing. Karolay Carrera por su paciencia y su permanente ayuda durante el desarrollo de la presente tesis.

ÍNDICE

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
I. RESEÑA HISTÓRICA	4
<i>Ubicación</i>	4
<i>Clima</i>	4
<i>Población</i>	4
CAPÍTULO I	7
EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.1 <i>Planteamiento del problema</i>	7
1.2 <i>Formulación del problema</i>	12
1.3 <i>Justificación e importancia del estudio</i>	13
1.4 <i>Objetivos de la investigación</i>	15
1.4.1 <i>Objetivo general</i>	15
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	15
1.5 <i>Hipótesis</i>	15
1.6 <i>Variables de la investigación</i>	16
1.6.1 <i>Variables dependientes</i>	16
1.6.2 <i>Variables independientes</i>	16
1.7 <i>Marco teórico</i>	17
1.7.1 <i>Proyecto</i>	17
1.7.1.1 <i>Etapas del proyecto</i>	17
1.7.2 <i>Proceso de preparación y evaluación de proyectos:</i>	18
1.7.3 <i>Estudio técnico</i>	18
1.7.4 <i>Estudio de mercado</i>	19
1.7.5 <i>LAS PYMES</i>	20
1.8 <i>Metodología de la investigación</i>	23
1.8.1 <i>Método deductivo</i>	23
1.8.2 <i>Método analítico</i>	23
1.8.3 <i>Método de observación</i>	24
1.8.4 <i>Método inductivo</i>	24
1.8.5 <i>Método de exploratorio</i>	24
1.9 <i>Técnicas de investigación</i>	25
1.9.1 <i>Encuesta</i>	25
1.9.2 <i>Entrevista</i>	25
1.9.3 <i>Análisis documental</i>	26
CAPÍTULO II	27
ESTUDIO DE MERCADO	27
2.1 <i>Mercado</i>	27

2.1.1	<i>Tipos de mercado</i>	28
2.2	<i>Objetivos del estudio de mercado</i>	29
2.3	<i>El Servicio</i>	29
2.3.1	<i>Características del servicio</i>	29
2.4	<i>La Demanda</i>	31
2.4.1	<i>Tipos de demanda</i>	31
2.4.2	<i>Metodología para la cuantificación de la demanda</i>	32
2.4.2.1	<i>Tabulación y procesamiento de datos</i>	32
2.4.2.2	<i>Análisis de resultados obtenidos</i>	32
2.4.3	<i>Tamaño de la muestra</i>	33
2.4.4	<i>Cálculo del tamaño de la muestra</i>	34
2.4.5	<i>Diseño del cuestionario</i>	36
2.4.6	<i>Tabulación y análisis de la encuesta</i>	38
2.4.7	<i>Conclusiones</i>	65
2.4.8	<i>Cálculo de la demanda</i>	72
2.4.9	<i>Demanda actual</i>	72
2.4.10	<i>Demanda proyectada</i>	73
2.5	<i>La Oferta</i>	76
2.5.1	<i>Análisis de la oferta actual</i>	76
2.5.1.1	<i>Cuantificación de la oferta</i>	78
2.5.2	<i>Proyección de la oferta</i>	79
2.6	<i>Cálculo de la demanda insatisfecha</i>	81
2.7	<i>Demanda que será cubierta por el proyecto</i>	81
2.8	<i>Plan de mercadeo</i>	82
2.8.1	<i>Nombre del servicio</i>	82
2.8.2	<i>Eslogan</i>	82
2.8.3	<i>Logotipo</i>	83
2.8.4	<i>Mision</i>	83
2.8.5	<i>Vision</i>	83
2.8.6	<i>Valores</i>	84
2.8.7	<i>Matriz foda</i>	85
2.8.8	<i>Métodos para el cálculo del precio</i>	86
2.9	<i>Comercialización</i>	87
2.9.1	<i>Canales de distribución</i>	87
2.9.2	<i>Estrategias de marketing</i>	90
 CAPÍTULO III		 94
ESTUDIO TÉCNICO		94
3.1	<i>Tamaño del proyecto</i>	94
3.1.1	<i>Factores del tamaño del proyecto</i>	95
3.1.1.1	<i>Demanda esperada</i>	95
3.1.1.2	<i>Disponibilidad de equipos y materiales</i>	96
3.1.1.3	<i>Disponibilidad del recurso humano</i>	96
3.1.1.4	<i>Acceso a la tecnología</i>	96
3.1.1.5	<i>Financiamiento necesario de acuerdo al costo total del proyecto</i>	97
3.1.1.6	<i>Servicios de reparación y mantenimiento de los equipos</i>	97
3.2	<i>Localización del proyecto</i>	97
3.2.1	<i>Macro localización</i>	98

3.2.2	Micro localización	99
3.2.2.1	Factores para determinar la micro localización del proyecto	100
3.3	Ingeniería del proyecto	105
3.3.1	Área administrativa	106
3.3.1.1	Equipos de computación	106
3.3.1.2	Muebles y enseres	109
3.3.1.3	Equipos de oficina	111
3.3.2	Organigramas de la empresa	112
3.3.2.1	Organigrama estructural	114
3.3.2.2	Organigrama funcional	115
3.3.3	Flujograma de procesos	116
3.4	Base legal	118
3.4.1	Sociedad mercantil	118
3.4.2	Compañía anónima	121
3.4.2.1	Forma de constitución	130
3.5	Entidades relacionadas	130
3.6	Leyes conexas	132
CAPÍTULO IV		136
EVALUACIÓN FINANCIERA		136
LAS INVERSIONES		136
4.1.	Clasificación de la inversión	136
4.2	Establecimiento de las inversiones	137
4.2.1	Inversiones sobre activos fijos	137
4.2.1.1	Activos fijos tangibles	137
4.2.2	Inversiones sobre activos diferidos	140
4.2.2.1	Activos intangibles	140
4.2.3	Inversiones de capital de trabajo	141
4.2.3.1	Capital de inversión	146
4.3	Financiamiento	148
4.3.1	Financiamiento del proyecto	148
4.3.2	Estructura de financiamiento	150
4.4	Costos e ingresos del proyecto	152
4.4.1	Clasificación de costos	152
4.4.1.1	Costos fijos	152
4.4.1.2	Costo variable	152
4.5	Establecimiento de los costos	152
4.5.1	Costo del seguro	154
4.5.2	Depreciaciones	156
4.5.3	Amortizaciones	158
4.5.4	Gastos financieros	159
4.6	Ingresos	159
4.6.1	Factores que se tomo en cuenta para la prestación del servicio	161
4.7	Evaluación del proyecto	162
4.7.1	Balance de situación Inicial	163
4.7.2	Balance de estados de resultados	165
4.7.2.1	Estado de resultados del inversionista	166
4.7.2.2	Estado de resultados del proyecto	167
4.8	Flujo de caja	168

4.8.1	Flujo de caja del inversionista	168
4.8.2	Flujo de caja del proyecto	169
4.9	Costo de oportunidad del capital.....	169
4.9.1	Tasa de descuento del inversionista.....	170
4.9.2	Tasa de descuento del proyecto.....	170
4.10	Valor presente neto (VAN).....	171
4.10.1	Van del inversionista	172
4.10.2	Van del proyecto	173
4.11	Tasa interna de retorno (TIR):.....	174
4.11.1	TIR inversionista.....	175
4.11.2	TIR proyecto.....	176
4.12	Periodo de recuperación de la inversión.....	177
4.12.1	Periodo de recuperación de inversionista.....	178
4.12.2	Periodo de recuperación del proyecto	179
4.13	Punto de equilibrio.....	180
4.13.1	Punto de equilibrio por servicio	181
4.14	Índices financieros.....	185
4.14.1	Índices de rentabilidad	185
4.14.2	Índice de endeudamiento.....	192
4.14.3	Índice de cobertura de interés.....	192
CAPÍTULO V.....		194
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		194
5.1	Conclusiones.....	194
5.2	Recomendaciones.....	197
5.2.1	Bibliografía.....	199
5.2.3	Páginas Web:.....	200
5.2.4	Anexos.....	201

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO

2.	
2.1	<i>Pregunta número 1</i>	38
2.2	<i>Pregunta número 2</i>	40
2.3	<i>Pregunta número 3</i>	42
2.4	<i>Pregunta número 4</i>	44
2.5	<i>Pregunta número 5</i>	46
2.6	<i>Pregunta numero 6</i>	48
2.7	<i>Pregunta número 7</i>	50
2.8	<i>Pregunta número 8</i>	12
2.9	<i>Pregunta número 9</i>	54
2.10	<i>Pregunta número 10</i>	56
2.11	<i>Pregunta número 11</i>	58
2.12	<i>Pregunta número 12</i>	60
2.13	<i>Pregunta tributaria</i>	61
2.14	<i>Pregunta contable</i>	62
2.15	<i>Pregunta financiera</i>	63
2.16	<i>Pregunta todos los anteriores</i>	64
2.17	<i>Resumen pregunta número 1</i>	65
2.18	<i>Resumen pregunta número 2</i>	65
2.19	<i>Resumen pregunta número 3</i>	66
2.20	<i>Resumen pregunta número 4</i>	66
2.21	<i>Resumen pregunta número 5</i>	67
2.22	<i>Resumen pregunta número 6</i>	67
2.23	<i>Resumen pregunta número 7</i>	68
2.24	<i>Resumen pregunta número 8</i>	68
2.25	<i>Resumen pregunta número 9</i>	69
2.26	<i>Resumen pregunta número 10</i>	70
2.27	<i>Resumen pregunta número 11</i>	70
2.28	<i>Resumen pregunta número 12</i>	71
2.29	<i>Demanda actual</i>	72
2.30	<i>Poblacion parroquia de Tumbaco</i>	74
2.31	<i>Proyeccion demanda del servicio</i>	75
2.32	<i>Oferta cuantificada</i>	78
2.33	<i>Proyeccion oferta</i>	79
2.34	<i>Proyeccion oferta del servicio</i>	80
2.35	<i>Pregunta demanda insatisfecha</i>	81
2.36	<i>Analisis de precios y competencias</i>	86
2.37	<i>Precio del servicio en devoluciones</i>	91
2.38	<i>Precio del servicio en declaraciones</i>	92
2.39	<i>Precio del servicio en contabilidad</i>	92

3	
3.1	<i>Tabla de categoria de los factores de localizacion %</i>	102
3.2	<i>Tabla de categoria de los factores de localizacion numeros</i>	103
3.3	<i>Matriz ponerada de factores de localizacion</i>	104
3.4	<i>Equipos de computacion</i>	106
3.5	<i>Muebles y enseres</i>	109
3.6	<i>Equipos de oficina</i>	111
3.7	<i>Distribucion del centro</i>	113
3.8	<i>Distribucion del centro</i>	114
4	
4.1	<i>Inversion total</i>	137
4.2	<i>Activos fijos tangibles</i>	138
4.3	<i>Inversiones en muebles y enseres</i>	138
4.4	<i>Inversiones en equipos de computación</i>	139
4.5	<i>Inversiones en equipos de oficina</i>	139
4.6	<i>Sueldos administrativos</i>	141
4.7	<i>Rol de pagos</i>	142
4.8	<i>Rol de provisiones</i>	142
4.9	<i>Gastos generales</i>	143
4.10	<i>Suministros de oficina</i>	143
4.11	<i>Mantenimiento y reparación</i>	144
4.12	<i>Gastos de venta</i>	144
4.13	<i>Gasto arriendo</i>	145
4.14	<i>Gasto legales</i>	145
4.15	<i>Gastos de capactación</i>	146
4.16	<i>Gastos de instalación y adecuación</i>	146
4.17	<i>Capital de trabajo consolidado</i>	147
4.18	<i>Cuadro de financiamiento</i>	148
4.19	<i>Estructura de financiamiento %</i>	148
4.20	<i>Estructura de financiamiento</i>	150
4.21	<i>Tabla de amortización</i>	151
4.22	<i>Costo proyecto-costo operación</i>	153
4.23	<i>Seguro muebles y enseres</i>	154
4.24	<i>Seguro equipos de computo</i>	155
4.25	<i>Seguro equipos de oficina</i>	155
4.26	<i>Depreciación muebles y enseres</i>	156
4.27	<i>Depreciación equipos de computo</i>	157
4.28	<i>Depreciación equipos de oficina</i>	157
4.29	<i>Gastos financieros</i>	159
4.30	<i>Demanda potencial</i>	159
4.31	<i>Valor de cada servicio</i>	160
4.32	<i>Costo promedio de cada servicio</i>	160
4.33	<i>Factores de la prestacion del servicio</i>	160
4.34	<i>Estado de situacion financiera inicial</i>	164
4.35	<i>Estado de resultados inversionista</i>	166
4.36	<i>Estado de resultados proyecto</i>	167
4.37	<i>Flujo de caja inversionista</i>	168
4.38	<i>Flujo de caja proyectos</i>	169
4.39	<i>Tasas vigentes</i>	171

4.40	<i>Flujo de caja proyectos</i>	172
4.41	<i>Tasas vigentes</i>	173
4.42	<i>TIR inversionista</i>	175
4.43	<i>TIR proyecto</i>	176
4.44	<i>PRI inversionista</i>	178
4.45	<i>PRI proyectos</i>	179
4.46	<i>Punto de equilibrio</i>	181
4.47	<i>Punto de equilibrio por servicios</i>	182
4.48	<i>Margen utilidad bruta</i>	185
4.49	<i>Margen utilidad operativa</i>	186
4.50	<i>Margen utilidad neta</i>	187
4.51	<i>ROA inversionista</i>	188
4.52	<i>ROA proyecto</i>	189
4.53	<i>ROE inversionista</i>	190
4.54	<i>ROE proyecto</i>	191
4.55	<i>Cobertura de intereses</i>	193

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO

2.	
2.1	Gráfico pregunta número 1	38
2.2	Gráfico pregunta número 2	40
2.3	Gráfico pregunta número 3	42
2.4	Gráfico pregunta número 4	44
2.5	Gráfico pregunta número 5	46
2.6	Gráfico pregunta numero 6	48
2.7	Gráfico pregunta número 7	50
2.8	Gráfico pregunta número 8	12
2.9	Gráfico pregunta número 9	54
2.10	Gráfico pregunta número 10	56
2.11	Gráfico pregunta número 11	58
2.12	Gráfico pregunta número 12	60
2.13	Gráfico pregunta tributaria.....	61
2.14	Gráfico pregunta contable	62
2.15	Gráfico pregunta financiera	63
2.16	Gráfico pregunta todos los anteriores	64

INTRODUCCIÓN

La evaluación y el análisis del siguiente proyecto tiene como objetivo conocer la factibilidad de instalar una micro empresa destinada a la prestación de servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el valle de Tumbaco, tomando en cuenta diferentes puntos de vista como: el mercado técnico y la rentabilidad económica, el desarrollo de este estudio de factibilidad está distribuido en capítulos.

Como fue ya mencionado, el desarrollo de este estudio de factibilidad está distribuido en capítulos, es así que en el primer capítulo se expondrá datos generales para el desarrollo del proyecto.

Al concluir el análisis y la investigación del proyecto en cuestión, se podrá tener un conocimiento claro de la situación y de las condiciones actuales del mercado en el cual poder introducir el servicio de asesoramiento. Este análisis principalmente proporcionará la información necesaria que permitirá tener un criterio claro sobre si es factible o no, la instalación de una microempresa de asesoramiento contable, tributario y financiero en el valle de Tumbaco.

Como última parte se darán a conocer las conclusiones generales de todo el proyecto en relación a los datos que se han obtenido a través de la investigación, análisis e implementación de los conocimientos que se han aplicado en cada una de las partes de la empresa.

El sector de pequeñas y medianas empresas en nuestro país Ecuador, constituye un importante aporte al crecimiento y fortalecimiento de la economía nacional, que en los últimos 5 años ha sido muy notable en la parroquia de Tumbaco a través de la creación de nuevas micro empresas, ante lo cual se hace muy fundamental implementar acciones encaminadas a mejorar su competitividad e incrementar su participación en el comercio nacional e internacional.

En todo ente económico los aspectos contable, tributario y financiero siempre han constituido la piedra angular para llegar al éxito, ya que permiten cuantificar, medir y mejorar los resultados económicos expresados en términos monetarios, hoy por hoy la mayoría de las PYMES por lo general no cuentan con un departamento financiero (a excepción de las grandes empresas que cuentan con auditores, abogados etc.), esto debido a que muchos empresarios tienen la idea equivocada, de que las compañías dirigidas por ellos es mejor. Piensan que aunque “no obtienen pérdidas”, su negocio marcha muy bien, creen innecesaria la contabilidad porque piensan conocerla sin siquiera haberla estudiado, o quizás piensan que los costos de contratar a un profesional son muy elevados.

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero, surge mediante la observación del actual crecimiento del sector micro empresarial en el valle de Tumbaco (personas naturales, jurídicas, pequeñas o medianas empresas) y de la necesidad que tienen las mismas de cumplir de forma estrictamente y legal con las obligaciones vigentes que manda la ley ecuatoriana actualmente, así como la nueva y reciente resolución que el Servicio de Rentas Internas (SRI) emitió, en la que establece que todas las declaraciones de impuestos se realizarán exclusivamente por internet y ya no mediante formularios físicos, siendo de total obligación tanto para personas naturales como para sociedades, sin importar el monto de declaración y el correspondiente plazo que cada entidad tiene para declarar.

De igual manera en este año el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito emitió la nueva ley municipal que establece de forma obligatoria que toda persona previo a obtener el RUC debe obtener la patente municipal, este impuesto se aplica a las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras que estén domiciliadas o establecidas en el Distrito Metropolitano de Quito que ejerzan actividades industriales, comerciales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Así también otro de los aspectos importantes que las micro empresas deben tomar muy en cuenta, es que el Estado ecuatoriano ha puesto mucho énfasis a las obligaciones patronales con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), es decir las obligaciones y los derechos que tiene el patrón con el empleado por lo cual es muy importante conocer esta nueva ley para así evitar tener conflictos y sanciones económicas con el estado.

Todos estos factores constituyen un aspecto muy importante para el proyecto, con el cual poder fundamentar la creación e implementación de una empresa que brinde el servicio de asesoría contable, tributaria y financiera en todo el mercado del valle de Tumbaco partiendo desde personas naturales, jurídicas o hasta poder llegar a microempresas o empresas grandes con el tiempo, es decir el poder ganar el mercado no ha sido satisfecho o que no ha estado conforme con el servicio que le dan por falta de una persona que les infunda un asesoramiento profesional y confiable. Para lo cual es muy importante destacar que se realizará un estudio de mercado que ratifique la presencia de la necesidad que tienen las micro empresas en el valle de Tumbaco, así mismo el poder cuantificar la demanda satisfecha, y la demanda insatisfecha a la cual dirigir el servicios de asesoramiento, siendo oportuno el poder ingresar a este mercado en expansión que aun no ha sido explotado al máximo.

El Proyecto de asesoramiento contable, tributario financiero busca el lograrla aceptación y la confianza de aquellas empresas que buscan quien les asesore, es decir aquellas personas que tiene la necesidad o la inquietud de saber cuál es la forma correcta para que el negocio de la esquina con el tiempo llegue a ser la empresa más grande y prestigiosa del país. Con toda esta información y datos citados nace la necesidad y la obligación de investigar muy a fondo sobre el tema, apoyándose en las principales fuentes de información que se posee alrededor del mercado del valle de Tumbaco, cuya información debe ser confiable para que la investigación demuestre los resultados reales, transparentes y poder determinar si existe la viabilidad de crear el proyecto.

I. RESEÑA HISTÓRICA

Tumbaco en la época preincaica estuvo poblada por Ayllus, Cayapas, Colorados y Paeces, según el padre Juan de Velasco, estas tribus eran parte del Reino de Quito y no fueron sometidas, unificándose para extender su dominio sobre los Zámbez, Nayones y Guangopolos. Tiene una zona urbana que con el paso de los años ha ido creciendo, extendiéndose hasta el valle de Cumbayá y los alrededores. El valle de Tumbaco en sus inicios fue sitio de intercambio comercial entre la sierra y el oriente del país. El festejo más importante se lleva a cabo entre el 29 de noviembre y 8 de diciembre, fechas en las que se celebra la parroquialización, que data del año 1660. **(Anexo 1)**

Ubicación

El valle de Tumbaco se encuentra a 14 Km al Noroeste de Quito (capital de la República de Ecuador) a una altitud media de 2332 metros sobre el nivel del mar. **(Anexo 2)**

Clima

Es cálido semi-húmedo, las temperaturas (en grados Celsius) en verano llegan hasta los 30 grados y en invierno la noche más fría puede llegar hasta 6 grados, a lo largo del año se mantiene una temperatura media, muy agradable de 12 a 26 grados. Por ser la parte más abrigada del valle, Tumbaco y Cumbayá se han convertido en los sitios de residencia preferida de los quiteños y extranjeros así también como uno de los lugares más estratégicos para poder emprender nuevos negocios.

Población

Tumbaco actualmente cuenta con 157.358 habitantes el 7% de la población de Quito, según estadísticas del Instituto de la ciudad, en su mayoría es una población mestiza dedicada a la producción y comercialización de alimentos, flores, cría de animales y el actual creciente del sector empresarial que se ha venido dando en los últimos años. Sin embargo, no es raro encontrar gente de

todo el mundo, quedan fascinados por los contrastes de esta ciudad y su maravilloso clima, han decidido hacer de su estadía temporal, o una estadía definitiva, con un ambiente de Tumbaco la oportunidad de estos.¹

El valle de Tumbaco conformada por las ocho parroquias que son: Cumbaya; Tumbaco; Puembo; Pifo; Tababela; Yaruqui; Checa y el Quinche está presente el Pueblo Kitu Kara que fue creado con Decreto Ejecutivo N° 727, publicado en el Registro Oficial N° 144 del 14 de Noviembre del 2005 y Decreto Ejecutivo N° 1421 publicado en el Registro Oficial N° 281 del 31 de mayo del 2006.²

Nivel de estudios

El 26,60% de la población representa la primaria como nivel máximo de educación, es decir únicamente han tenido siete años de educación.

El 33% de la población representa la educación superior o bachillerato como nivel máximo de educación, es decir estas personas únicamente han estudiado trece años.

El 20% de la población tiene el nivel de educación universitario como nivel máximo de educación, han estudiado únicamente hasta los 17 años.

Y únicamente el 15% de la población tiene estudios de cuarto nivel y el 5% de la población es analfabeta.

Ante lo cual se llegó a la conclusión que únicamente el 35% de la población han podido alcanzar los estudios profesionales y el 5% de la población es analfabeta.

Servicios & infraestructura

El valle de Tumbaco cuenta con todos los servicios, el acceso de servicios básicos (agua potable, luz eléctrica, alcantarillado y telecomunicaciones) está al alcance de todos sus pobladores. Este alcance representa un parámetro con el cual medir la calidad del desarrollo de la zona.

¹<http://www.lectoracademia.com/es/tumbaco/informacion>

²<http://www.actiweb.es/culturatumbraco/pagina2.html>

Transporte

La vía más importante que conecta a Quito con el valle de Tumbaco, es la avenida Interoceánica, por la cual transitan buses de diferentes cooperativas (Tumbaco, Puembo, Pifo, Yaruquí y El Quinche), El tiempo aproximado del trayecto Quito-Tumbaco en bus es de 35 minutos y el costo del pasaje 0,55 USD. (**Anexo 3**)

Cultura y recreación

Tumbaco se denomina la ciudad del arte y la cultura, pues aquí se elaboran manualidades de diversa índole como; peluches, muñecas, tejidos, sacos, chalinas que posteriormente se proceden a comercializarlas a diferentes lugares del país. También se trabaja en artes plásticas, cerámica y joyas, es el lugar ideal para disfrutar de actividades al aire libre y turismo ecológico como caminatas, paseos en bicicleta, cabalgatas. Además ofrece una gama muy variada de hermosos complejos y restaurantes. Por su ubicación, conocer otras parroquias aledañas se convierte en una tarea fácil, además cada pueblo que rodea Tumbaco está lleno de colorido e interesantes tradiciones, a pesar de ser una ciudad pequeña, Tumbaco encierra en su interior lugares muy diversos de interesantes contrastes, por un lado la típica vida de pueblo con todos sus componentes; pintorescos negocios, sencillos personajes y por el otro, modernos centros comerciales, cines, gimnasios, colegios, talleres, supermercados, complejos turísticos, excelentes panaderías y un hospital con tecnología de primer nivel.³

³<http://www.lectoracademia.com/tumbaco/servicios-a-infraestructura#>

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el valle de Tumbaco.”

El proyecto mediante el estudio de mercado pretende encontrar la demanda insatisfecha que existe en el valle de Tumbaco, de la cual nos favoreceremos para poder enfocarnos el servicio de asesoramiento, permitiendo satisfacer las necesidades del cliente, y a la misma vez generandouna rentabilidad satisfactoria.

En nuestro país el asesoramiento contable tributario y financiero van totalmente de la mano, debido a que diferentes organismos rectores del país lo establecen así tales organismos como: la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos, el Servicio de Rentas Internas y otros diferentes organismos, ante lo cual el contador o el asesor deben acoplar todos los procesos contables de acuerdo a los requerimientos de las entidades antes mencionadas lo establecen, para que futuros eventos no conlleven a gastos innecesarios como multas, sanciones, glosas debido al desconocimiento de las actuales reformas que se realicen.

Los servicios contables tributarios y financieros tienen una importancia única dentro de la empresa, ante lo cual no se podría separar la parte contable de la parte tributaria, y lo contable de lo financiero, los tres servicios se entrelazan entre sí, tiene una vinculación directa, si uno de estos procesos falla como consecuencia se tendrá que el resultado no es el correcto, por lo que le hace a una sola palabra “competitiva”.

Tumbaco es una parroquia privilegiada tanto por su ubicación, como por su clima, por su ubicación principalmente podemos hablar de la nueva ventaja con la que actualmente cuenta, es decir la nueva ubicación del nuevo aeropuerto hace que la ubicación geográfica de Tumbaco sea la perfecta para poder emprender negocios eso ha hecho que sea uno de los lugares más estratégicos y cotizados para poder realizar actividades de comercio y para emprender nuevos negocios.

La multiplicación de pequeñas y medianas empresas, ya sea por falta de empleos, o por deseos de la gente por invertir sus ahorros, por dedicarse a una actividad en la que será su propio administrador y propietario, etc., sea cual fuere la motivación la realidad es que el espíritu emprendedor toma cuerpo en el valle de Tumbaco, a pesar de todo hoy en día muchas empresas saben que no están dando la capacidad máxima que se podría dar, esto es reflejado en los directivos o los dueños ya que suelen caer en el conformismo o en el miedo a invertir en algo que no sabrán si van a ganar o perder, debido a que no tienen el conocimiento y las herramientas necesarias para determinar si ese negocio le conviene o no.

En la actualidad se puede observar que la mayoría de las empresas y micro empresas en el sector de Tumbaco y en los demás lugares del país, se siguen formando bajo el criterio empírico, es decir sin una intervención profesional o técnica, lo que produce ciertas debilidades que no les permite desarrollarse con rapidez y agilidad afectando a los resultados, tales como la efectividad y la competitividad en el mercado.

Ante estos acontecimientos surge la necesidad y la oportunidad de ofrecer un servicio de asesoramiento para los propietarios de dichos negocios, el conseguir que reconozcan la gran importancia de este servicio dentro de la organización en lo concerniente a la parte legal, fiscal y financiera, los beneficios que puede lograr el negocio si se enmarcan en una asesoría personalizada que les ayudara a ser más competitivos y más productivos en el mercado.

Cuando las personas emprendedoras deciden encaminar un negocio basándose por las necesidades que observan en el entorno que los rodean, o simplemente

por aventurarse llegando a considerar a este negocio como un éxito de vida, poniendo la esperanza en ellos para poder salir adelante, se les resulta muy difícil entender cómo poder conseguirlo, si cada vez en una sociedad existe mayor desconocimiento de las obligaciones legales que se tiene con el Estado y si en el día a día salen más y más leyes que impiden su éxito, ante aquello es muy importante plantearnos esta pregunta ¿Cuál es el enfoque que realmente necesita un negocio para poder salir adelante? y así considerar como el éxito de su vida. En la actualidad se observa una gran variedad de negocios con giros comerciales diferente que representan grandes oportunidades.

Los últimos estudios que se han realizado en toda la historia del país, Ecuador no ha sido un lugar en donde se pueda ver que exista mayor emprendimiento de proyectos económicos, pero con la reciente llegada de la globalización actualmente, se busca impulsar el desarrollo de la microempresa a través de facilidades de créditos, a los que la mayoría de los ciudadanos acceden para poder emprender algún tipo de negocio, así como aquellos que van desde pequeños negocios (tiendas, abarrotes) hasta grande empresas.

El sector micro empresarial del valle de Tumbaco, no se ha quedado atrás con el emprendimiento de nuevos negocios que se ha generado recientemente gracias a los impulso económicos que se está dando, así también como al avance económico impulsado por la actual administración, ya su vez estas nuevas empresas también van contribuyendo a la creación de nuevas fuentes de empleo que ayudan a la reducción de la tasa de desempleo ya sea directa o indirectamente, el logro de esta reducción es un punto muy importante y positivo para el país, positivo porque las personas están obligadas a emprender, a buscar nuevos negocios, a investigar a darse cuenta que existe cosas mejores que le ayudarán a mejorar su nivel económico de vida a través de pequeños negocios bien administrados.

Las estadísticas del SRI demuestra que los principales factores más comunes para el cierre o clausura de las micro empresas o otros establecimientos de negocio son las violaciones de las leyes, es decir no tener todos los documentos

legales al día, problema que se puede resolver gracias a una buena administración y asesoramiento de cómo se debe manejar un negocio de forma legal.

El valle de Tumbaco cuenta con un sin número de mercados entre las cuales sobresalen las empresas que necesitan de materias primas para la subsistencia y para la producción de bienes más conocidas como empresas industriales, también podemos observar la presencia de empresas comerciales y de servicios dentro de este mismo mercado, que actualmente han estado ayudando al crecimiento y enriquecimiento económico de la parroquia y por ende mayor contribución al país al generar mayores impuestos, siendo muy beneficioso para el presente proyecto ya que se tendrá mayor mercado al cual poder enfocar nuestro servicio de asesoramiento.

Debido a estos grandes cambios favorables, se puede concluir que dicho mercado necesitarán de personal capacitado en materia de asesoramiento contable, tributario y financiero, pues es de suma importancia el conocer las obligaciones y derechos que se tiene con la sociedad, con el único objetivo que los negocios no tengan problemas por incumplimientos legales logrando su progreso continuo mediante una buena administración suministrada por la asesoría basados en la correcta aplicación de las normas contables tributarias de ley, para tener el control total del negocio, la puntualidad de la información y con ello llegar a una conclusión real de cómo está el negocio y que decisiones tomar en mejora de este.

Eminentemente tanto en el presente y aún más en el pasado ha existido la gran cuestión de cuál es la forma más correcta de administrar un negocio, es decir ver su crecimiento dentro del mercado, ya que se puede encontrar un sin número de formas las cuales son equivocadas y las que definitivamente no ayudarán al objetivo del negocio, salir adelante, esto contribuye a que los propietarios tomen decisiones equivocadas respecto a las situaciones económicas que la empresa esta atravesando pensando que es la solución más correcta.

Realmente lo que el propietario busca es la vitalidad, pero cuando quiere conseguirlo puede encontrarse con los siguientes inconvenientes:

Desconfianza en los lugares de asesoramiento

Cuando la persona piensa en asesoramiento legal cree que esta palabra es sinónimo de: “gasto de dinero en vano”, por lo cual prefieren tomar las riendas del negocio en sus propias manos y tomar las decisiones que más convengan pensando en asumir la responsabilidad del negocio por sí mismos.

Su forma de asesorar

A la mayoría de los empresarios lo que les gusta es poder realizar cambios innovadores, es decir ser los pioneros de los nuevos cambios y necesidades que se van presentando en el mercado, lo que puede resultar muy decepcionante al momento de pedir consejos, criterios o comentarios referente a lo que buscar para conseguir la vitalidad del negocio por lo cual se sienten obligados a no confiar o simplemente a no acceder a la forma de asesoramiento que se da en ese lugar.

Su forma de administración

Muchas de las personas realmente no les gusta que les digan lo que tienen que hacer, es decir se manejan bajo un concepto equivocado que dice: “es mi negocio y yo tomo las decisiones y nadie me va a venir a decir lo que tengo que hacer” lo que puede resultar muy peligroso, sin embargo a medida que la sociedad sigue avanzando también la gente lo hace y va cambiando de parecer y poco a poco ese concepto equivocado va desapareciendo.

Temor al rechazo por parte del mercado

Es muy común encontrar que las personas tengan miedo al poner un negocio, el saber si van a ganar o si van a perder, es decir el sentimiento del rechazo de su producto o servicio en el mercado, sin embargo esta incertidumbre puede ser eliminada por completo al momento de contar con una ayuda técnica y profesional que de muestre el crecimiento que podría tener su producto en el mercado, a través del estudio de factibilidad.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Este estudio busca específicamente determinar la factibilidad de emprender un proyecto para la creación de una empresa de servicios contable, tributario y financiero en el valle de Tumbaco, para lo cual es necesario se plantean las siguientes preguntas y en base a ellos poder tomar decisiones.

- ¿Comprobar si existe en el mercado alguna empresa que brinde este tipo de servicio?
- ¿Fijar cuál es el mercado potencial que tiene esta empresa?
- Determinar el nivel de satisfacción que reciben las empresas por parte de los actuales asesores?
- ¿Establecer cuál es el principal problema que tiene las microempresas referente a su administración legal?
- ¿Determinar si las empresas estarían dispuestas a que una nueva empresa asesora contable, tributaria y financiera se encargue de llevarle la contabilidad, el pago de los respectivos impuestos y asesorar su situación financiera?
- ¿Qué leyes y reglamentos debe cumplir esta empresa para su constitución?
- ¿Será alta la inversión del proyecto?
- ¿De cuánto será la tasa de retorno de la inversión?

1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

La multiplicación de pequeñas y medianas empresas de un sin fin de productos o simplemente los negocios ambulantes son la tónica nacional, sea por falta de empleos, por deseos de la gente por invertir sus ahorros, o por dedicarse a una actividad en la que será su propio administrador y propietario sea el mismo, sea cual fuere la motivación la realidad es que el espíritu emprendedor toma cuerpo principalmente en las ciudades de mayor desarrollo como lo es Quito y una gran parte de la parroquia de Tumbaco.

¿Por qué?

La creación de una empresa de servicios contables , tributarios y financieros en el valle de Tumbaco, es justificada debido al actual aumento de pequeñas y medianas empresas denominadas (PYMES), incremento debido a los incentivos que ha proporcionado el gobierno a través de nuevos créditos, así también como la necesidad de los propietarios en saber administrar de una forma correcta y legal los negocios para lograr un continuo desarrollo dentro del mercado, por tal razón es necesario emprender un estudio detallado, con el fin de demostrar qué tan factible es constituir una empresa que pueda ofrecer a futuro sus servicios a dicho mercado en potencial crecimiento

¿Para qué?

El proyecto propuesto busca, mediante la aplicación de la experiencia y de los conocimientos obtenidos en las diferentes materias a fines del proyecto adoptados en la instrucción superior, contar con una empresa de asesoría que permita llevar y administrar la contabilidad, los impuestos y los análisis financieros de la forma correcta, ordenada y transparente de una negocio, rigiéndose estrictamente a leyes y normas vigentes en el país, logrando alcanzar la satisfacción y confianza total de las empresas a las cuales se da el servicio de asesoramiento.

¿Cuál es el aporte?

Con el presente proyecto se busca dar a conocer a las diferentes personas de la parroquia de Tumbaco, la importancia que tiene el asesoramiento dentro del negocios y de igual manera mostrar específicamente el proceso necesario a seguir para lograr la constitución de una empresa de asesoría contable-tributaria y financiera indicando la rentabilidad que la misma puede generar y la inversión inicial necesaria para poner en marcha al proyecto, ante lo cual es importante realizar el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio económico financiero que determinará si la rentabilidad propuesta es alcanzable.

Entre otros de los aspectos importantes de la realización del proyecto es lograr que al constituir la empresa de asesoramiento, genere nuevas fuentes de empleo adicionales a las existentes, debido a que en país el desempleo es uno de los principales problemas, en si el proyecto pretende beneficiar a muchas partes logrando una pequeña pero importante contribución a la reducción de la tasa de desempleo que afronta el país.

La realización de esta investigación tiene como fin poner en práctica los conocimientos adquiridos durante toda la carrera de Ing. Finanzas y Auditoría CPA y determinar la viabilidad del proyecto.

¿Quiénes son los beneficiarios directos e indirectos?

El proyecto de asesoramiento que procura tomar vida en la parroquia de Tumbaco pretende beneficiar a muchas partes, entre ellos los pequeños y medianos empresarios, la sociedad, pero en si el beneficiario más importante sería la persona quien está llevando a cabo este proyecto, ya que lo realiza con la expectativa de poder hacer realidad esperando que la empresa obtenga una rentabilidad satisfactoria y sea la fuente generadora de ingresos para la subsistencia.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el sector de Tumbaco provincia de Pichincha.”

1.4.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad de constituir una empresa de servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el valle de Tumbaco, logrando que los servicios sean de manera eficiente, confiable y transparente así también esperando alcanzar una rentabilidad satisfactoria.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Determinar si las PYMES estarían dispuestas a que una nueva empresa asesora contable, tributaria y financiera se encargue de llevarle y administrar la contabilidad, pago de sus impuestos y su situación financiera.
- b) Desarrollar un análisis de mercado que permita determinar y cuantificar los clientes potenciales.
- c) Desarrollar el estudio técnico del proyecto que permita determinar la localización idónea del proyecto.
- d) Analizar la inversión requerida y las principales fuentes de financiamiento que conllevará el proyecto.
- e) Establecer los costos e ingresos del proyecto.
- f) Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.

1.5 HIPÓTESIS

La creación de una empresa de servicios contables, tributarios y financieros en el valle de Tumbaco, a más de lograr obtener una rentabilidad razonable para sus propietarios, permitirá cubrir los requerimientos insatisfechos de los actuales servicios de asesoramiento que tiene el sector microempresaria del valle de Tumbaco.

1.6 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo es importante realizar un análisis de las variables que están relacionadas con el desarrollo del mismo, y por medio de estas determinar su viabilidad, para poder tomar decisiones en base a la información obtenida.

1.6.1 Variables dependientes

- ✓ Investigación en el mercado para determinar las empresas que presten servicios contables, tributarios y financieros en el valle de Tumbaco.
- ✓ Cuantificación de la demanda mediante el estudio de mercado.
- ✓ Determinación de cuáles son los mecanismos necesarios para el mejoramiento de la prestación del servicio.
- ✓ Investigación para proyectar el crecimiento del sector micro empresarial, como potenciales clientes para la empresa de servicios, contables y financieros.
- ✓ Determinación del mercado para poder proyectar la mejor utilización de la tecnología a fin de dar un mejor servicio.

1.6.2 Variables independientes

- ✓ Factores sociopolíticos: cambio o sustitución de autoridades.
- ✓ Cambio en la legislación y disposiciones gubernamentales nacionales y seccionales.
- ✓ Reformas a las leyes y normas que rigen en las actividades económicas y financieras.
- ✓ Decretos que afecten directa o indirectamente al sector empresarial.
- ✓ Actualizaciones constantes de disposiciones legales dentro del país.

1.7 MARCO TEÓRICO

1.7.1 Proyecto

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Solo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.⁴

1.7.1.1 Etapas del proyecto

1.-IDEA: corresponde al proceso sistemático de búsqueda de posibilidades de mejoramiento al funcionamiento de una empresa, que surge de la identificación a los problemas e ineficiencias existentes, de igual manera de las formas de enfrentar a las oportunidades del negocio que pudieran darse.

2.- PRE INVERSIÓN: corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas del proyecto, la que se puede desarrollar dependiendo de la cantidad y calidad de la información considerada en la evaluación y se desarrolla mediante el:

- Perfil: un estudio preliminar realiza su análisis es en forma frecuente estático y se basa principalmente en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo.
- Perfectibilidad: es esencialmente dinámico, es decir proyecta costos y beneficios a lo largo del tiempo y lo expresa mediante un flujo de caja estructurando en función de criterios convencionales previamente establecidos.

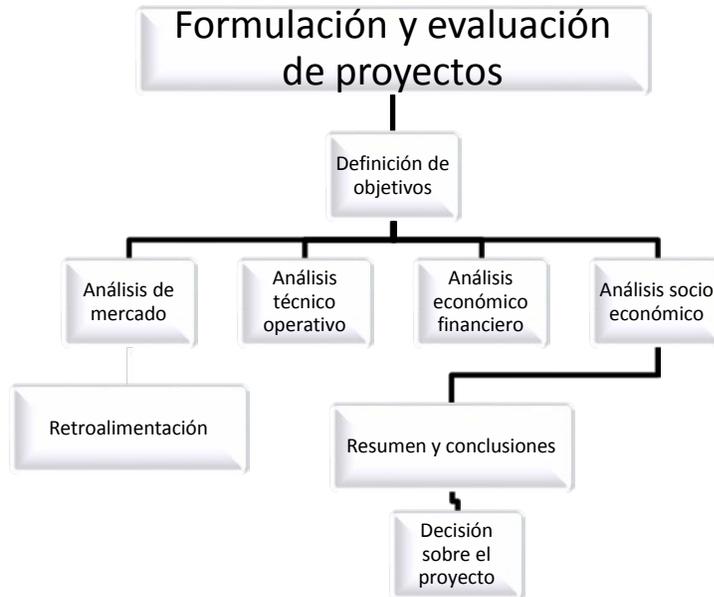
3.- INVERSIÓN: corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

⁴ Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de proyectos", Editorial McGraw-Hill, Quita edición, Corea, Pág. 2.

4.-OPERACIÓN: Es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución.

5

1.7.2 Proceso de preparación y evaluación de proyectos:



6

1.7.3 Estudio técnico

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.⁷

- **Determinación del tamaño de la planta**

El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.⁸

⁵NassirSapag, Chain, "Evaluación de proyectos de inversión en la empresa", Editorial Prentice – Hall, AntarticaQuebecor S.A, Chile, Enero 2001. Obra citada, pág. 28-29

⁶ Baca Urbina, obra citada, Pág. 5

⁷ Baca Urbina, obra citada, Pág. 8

⁸ Baca Urbina, obra citada, Pág. 92

- **Localización óptima del proyecto**

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).⁹

- **Ingeniería del proyecto**

Consiste en resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habría de tener la planta productiva.¹⁰

- **Estudio económico**

“Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.”¹¹

1.7.4 Estudio de mercado

El estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.¹²

- **Mercado**

Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.¹³

⁹ Baca Urbina, obra citada, Pág. 107

¹⁰ Baca Urbina, obra citada, Pág. 110

¹¹ Baca Urbina, obra citada, Pág. 9

¹² Baca Urbina, obra citada, Pág. 7

¹³ Kotler Philip, Fundamentos de Marketing. PrenticeHall. México (1996) pág.10

- **Segmentación del mercado**

Es dividir un mercado en grupos distintos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamiento, y que podrían requerir productos o mezcla de marketing distintos.

- **Demanda**

Son los deseos humanos respaldados por el poder de compra.

- **Oferta**

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

Precio

Precio es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto o servicio.

1.7.5 LAS PYMES

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas como comercio al por mayor y al por menor, agricultura, silvicultura y pesca.

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.¹⁴

¹⁴www.sri.gob.ec Servicio De Rentas Internas

Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias.

En la economía de nuestro país la creación y consolidación de pequeñas y medianas empresas es de gran importancia, ya que las mismas contribuyen a la reducción del desempleo y principalmente generan un efecto más activo en el proceso productivo-económico.¹¹

A pesar de conocer el significado de lo que PYMES nos enuncia, catalogar a una pequeña y mediana empresa ha sido un arduo trabajo, por lo que expertos han elaborado pautas para determinar a este tipo de empresas; estas pautas son el número de empleados que poseen, la inversión en tecnología, el capital invertido, la producción y la rentabilidad.¹⁵

Según Marco Barrera, representante de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI), en su ponencia en situación y desempeño de las PYMES de Ecuador en el mercado internacional en Montevideo-Uruguay, las empresas en el Ecuador tienen las siguientes.¹³

Según lo antes mencionado, las PYMES se definirían como aquellas empresas que poseen un capital inferior a los USD \$ 120.000 y con una fuerza laboral máxima de 100 empleados. Adicionalmente a estas características se debe tomar en cuenta la tecnología con la que cuentan, pues normalmente, en este tipo de empresas los limitados recursos económicos no permiten producir con tecnología de punta y por ende su producción conlleva procesos deficitarios finalmente una menor rentabilidad.¹⁶

Dentro de la ponencia de Marco Barrera, antes mencionada, expresa una serie de características específicas de las PYMES ecuatorianas como son el escaso nivel tecnológico, la baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos, así también la falta de crédito, con altos costos y de difícil acceso, la mano de obra

¹⁵www.pimesecuador.com

¹⁶www.CAPEIPI.gob.ec

sin calificación, todo esto dando como resultado una incipiente penetración de PYMES al mercado internacional.¹³

Las empresas asesoras contable, financiera y tributaria de todo ente económico constituye la piedra angular del éxito, ya que nos permite cuantificar, medir y mejorar los resultados económicos expresados en términos monetarios, debido a la falta de un registro contable y tributario en las pymes, surge el proyecto de crear una empresa asesora contable, tributaria y financiera ya que este es un mercado insatisfecho a pesar de que juegan un rol importante dentro de la economía ecuatoriana.¹⁷

La consultoría de empresas puede enfocarse como un servicio profesional o como un método de prestar asesoramiento y ayuda prácticos. Es indudable que se ha transformado en un sector específico de actividad profesional y debe tratarse como tal. Simultáneamente, es también un método de coadyuvar con las organizaciones y el personal de dirección en el mejoramiento de la gestión y las prácticas empresariales, así como del desempeño individual y colectivo.¹⁸

El objetivo de las empresas asesoras es, ofrecer un asesoramiento personalizado a sus clientes. Para ello y conscientes de que cada cliente necesita unos servicios específicos adaptados a sus necesidades, nos reunimos previamente a la contratación de nuestros servicios con el cliente y sin compromiso por su parte, con el fin de que nos indique y detalle su actividad. De esta forma, conociendo exactamente la actividad, desarrollo de la misma y los objetivos del cliente, procedemos al estudio concreto del expediente y preparamos un presupuesto hecho a medida que cubra sus necesidades evitando así la inclusión de servicios supérfluos e incluyendo los que sean específicos a la actividad de la empresa.¹⁵

Entre otros de los objetivos es las asesorías al departamento de contabilidad de acuerdo a los requerimientos del cliente, mediante el conocimiento en la aplicación

¹⁷ www.asesorias.com.ec

¹⁸ www.finanzas.com.ec

de todas las reformas de las leyes y normas existentes para convertir así a las asesoras en un verdadero grupo asesor para salvaguardar los intereses de la empresa y evitar sanciones a la misma.¹⁵

1.8 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero utilizaremos todas las técnicas de investigación para permitir obtener una información más precisa así como son:

1.8.1 Método deductivo

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión está implícita en las premisas. Por lo tanto, supone que las conclusiones siguen necesariamente a las premisas: si el razonamiento deductivo es válido y las premisas son verdaderas, la conclusión sólo puede ser verdadera.

El presente proyecto de investigación el método deductivo se enmarcará dentro del estudio, con lo cual se busca determinar las características principales que el mercado potencial requiere al contratarlos servicios contable-tributarios y financieros. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como encuestas, focusgroup entrevistas a competidores y posibles clientes.

1.8.2 Método analítico

El método analítico es el que distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, de ello su nombre analítico va analizando cada situación una forma independientemente.

Para el presente proyecto de igual manera se utilizará el método analítico, pues se realizará el respectivo análisis de la información obtenida de fuentes secundarias, tales como textos, tesis y otro tipo de estudios, que buscarán sustentar el proyecto.

1.8.3 Método de observación

El investigador conoce el problema y el objeto de investigación, estudiando su curso natural, sin alteración de las condiciones naturales, es decir que la observación tiene un aspecto contemplativo.

De la misma manera para la realización del proyecto se utilizará el método de observación, especialmente en las empresas quienes elaboran este tipo de servicio, pues, la experiencia obtenida en la prestación de servicios contable-tributarios obtenidos en estas será fundamental para poner en marcha el proyecto.

1.8.4 Método inductivo

El método inductivo se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación. El presente trabajo se basará bajo los hechos históricos es decir podremos mirar hacia atrás para poder sacar información necesaria.

1.8.5 Método de exploratorio

El método de exploratorio es una especie de brújula en la que no se produce automáticamente el saber, pero que eminentemente evita perdernos en el caos aparente de los fenómenos que se puedan ir presentando en el transcurso de la investigación, aunque solo sea porque nos indica como no plantear los problemas este método es uno de los más importantes ya que se lo utilizará para investigar el

mercado al cual pretende llegar la empresa y identificar los clientes y los competidores mediante la investigación del mercado y la determinación del posible nicho de mercado.

1.9 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se lo realizará utilizando las siguientes técnicas de investigación:

1.9.1 Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

Las encuestas se realizarán a las microempresas, a través de la cuales se obtendrá información para determinar necesidades y problemas que cada una de éstas poseen, determinar oportunidades del negocio para establecer parámetros de los servicios contable-tributarios y financieros lo cual diferencie a esta empresa de proveedores ya establecidos en este tipo de servicios.

Realizar encuestas al personal de las diferentes Instituciones de control como el Servicio de Rentas Internas, con lo cual se busca determinar cuáles son los problemas y errores más frecuentes que las compañías y personas tienen, y mediante este análisis delimitar las bases para definir el servicio a ofrecer.

1.9.2 Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

Se utilizará esta técnica pues se entrevistará a personas como asesores tributario-contables, que ayudarán al proceso y facilitarán la determinación de información relevante sobre el funcionamiento, características del personal y otros aspectos de una compañía que preste servicios contables- tributarios.

1.9.3 Análisis documental

Se comparan los conceptos de análisis de información y tratamiento documental sobre la base de sus relaciones y diferencias. Se tratan como parte de un proceso integrador cíclico y sistémico que responde a una serie de necesidades metodológicas, propias de todas las ciencias. Se analizan las exigencias de cada una para su realización.

Se utilizará esta técnica pues este estudio se basará en textos especializados en materia de análisis de mercado y estudios sobre el mercado objetivos realizados por instituciones como la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, y otros organismos; tesis relacionadas y documentos obtenidos sobre exposiciones sobre la constitución de compañías que presten servicios contable-tributario.

- **Internet**

Corresponde a una red informática en donde se intercambian datos los cuales son soportados por una red de servidores, se utilizará esta técnica pues se obtendrá información de documentos que se encuentran en Internet tales como estadísticas, mediante la red informática de la parroquia de Tumbaco, se podrá investigar e intercambiar datos importantes que permitan el desarrollo del presente trabajo investigativo, consiguiendo determinando las características que se han producido de la población y de las diferentes actividades comerciales a través de los años.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

El enfoque del estudio de mercado fundamentalmente recopila los datos para reconocer las actitudes de manera cualitativa y cuantitativa sobre las características del mercado que se pretende estudiar, la competencia y las preferencias de la demanda existente.

Mediante el análisis y el desarrollo del estudio del mercado se podrá adquirir datos importantes para la toma de decisión.

2.1 MERCADO

Es importante señalar que para demostrar la viabilidad de un proyecto es elemental analizar el mercado objeto del estudio, para ello es preciso y primordial en primer lugar tener en claro que es un mercado, en su libro "Fundamentos de Marketing" Philip Kotler, "señala:

Un mercado es un conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio, estos compradores comparten una necesidad o deseo dado que puede satisfacer mediante intercambios y relaciones.

Originalmente, el término mercado se aplicó al lugar donde los compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes. Los economistas usan el término mercado para referirse a un conjunto de compradores y vendedores que realizan transacciones con una clase de producto dada, en cambio la gente de marketing ve a los vendedores como componentes de una industria y a los compradores como componentes de un mercado.¹⁹

¹⁹Kotler, Obra citada, pág. 10

“Se entiende por mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”²⁰

2.1.1 Tipos de mercado

Teniendo claro que es el mercado es de gran importancia también determinar qué tipos de mercado existen, para de esta manera establecer en que mercado enfocar el proyecto.

Ante lo cual nos basaremos en las clases de mercados que establece Alejandro Martínez Estrada en su libro: “Elementos de Economía” el cual dice, que tomando en cuenta los bienes que se trazan, los mercados pueden ser de diverso índole:

- Mercado de bienes: de consumo, de capital.
- Mercado de factores: de trabajo, de inmuebles, de crédito.
- Mercado de servicios: productos no materiales.
- Mercado de valores fiduciarios: documentos de valor económico tales como bonos y acciones; generalmente se transan en la bolsa de valores.²¹

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el sector de Tumbaco actuará en el mercado de servicios, debido a que el proyecto está dirigido a la asesoría de empresas, micro empresas y personas naturales domiciliadas en valle de Tumbaco, es decir el presente estudio radicará únicamente en el mercado de servicios, debido a su fin de creación.

²⁰ Baca Urbina, Obra citada, pág. 14

²¹ Martínez Estrada, Alejandro, “Elementos de Economía”, 4º Curso, Maya ediciones, Quito, Ecuador, 2001, pág. 65.

2.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Teniendo claro todos los términos referentes a la investigación del mercado es importante determinar los objetivos que la misma tiene:

- Comprobar la existencia de una necesidad o la insatisfacción en el mercado, para incorporar el servicio propuesto, o la posibilidad de brindar un mejor servicio del que actualmente existe.
- Cuantificar a qué cantidad de empresas se puede ofrecer el servicio de asesoramiento y qué cantidad de empresas estarían dispuestos a adquirir el servicio y a qué precio.
- Determinar si el servicio de asesoramiento tendría la suficiente aceptación por parte del mercado propuesto.
- Determinar si el proyecto representa una inversión rentable, que justifique los costos y gastos que se incurran del mismo, para poder determinar si se realiza o no el ingreso en el mercado con el servicio de asesoramiento.

2.3 EL SERVICIO

El servicio es ofrecer un asesoramiento contable, tributario y financiero a la parroquia de Tumbaco, a la cual podrían acudir todas las personas, empresas o microempresas de los lugares aledaños a la misma así como son: la parroquia de Pifo, de Cumbayá, y la de Puembo, y de esta manera poder satisfacer la necesidad (demanda insatisfecha) de aquellas personas o microempresas que no cuentan con un lugar de asesoramiento propio y adecuado.

2.3.1 Características del servicio

El centro de asesoramiento contará con lugares debidamente adecuados, en el cual se podrá realizar la prestación del servicio de asesoramiento personalizado, el servicio es totalmente garantizado tanto para el área contable, como para el

área financiero, llegando al punto que el servicio otorgado sea lo más acercado a la realidad, llegando a ser el centro de solución que buscan.

El servicio de asesoramiento contará permanentemente con la capacitación y entrenamiento profesional de todo el personal de la empresa quienes laboraran por resultados los 365 días del año, el entrenamiento profesional será debidamente planificado y coordinado conforme a las necesidades del mercado, esto se lo realizará con el único objetivo de tener una base fuerte en el desarrollo del recurso humano sobre los conocimiento habilidades y destrezas que se debe tener en el trabajo logrando la confianza y tranquilidad de los clientes.

El centro de asesoramiento contará con los siguientes servicios:

- Asesoramiento tributario
- Asesoramiento financiero
- Contabilidad general
- Planificaciones de negocios
- Declaraciones del SRI
- Anexos REOC
- Declaraciones de gastos personales
- Declaraciones patrimoniales
- Actualizaciones y obligaciones en:
 - Ministerio de Trabajo
 - IESS

La capacitación y entrenamiento profesional al personal de la empresa se lo realizará en todos los servicios mencionados anteriormente, de acuerdo a un cronograma anual pre establecido.

2.4 LA DEMANDA

Como un segundo paso después de conocer todo sobre el mercado es también importante investigar sobre la demanda, la misma que para Alejandro Martínez Estrada en su libro: “Elementos de Economía”, dice: “Es la cantidad de un bien o servicio que el sujeto económico está dispuesto a comprar a un determinado precio, según sus necesidades, preferencias y sobre todo de la posibilidad real para adquirirlo.

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”²²

Por medio de esta definición podemos determinar que la demanda estará dada por las personas, empresas y micro empresas que acudan a la empresa asesora.

2.4.1 Tipos de demanda

- **Demanda elástica:** cuando una reducción porcentual de P (precio) da lugar a un aumento porcentual de Q (cantidad) tan grande que eleva, de hecho, el ingreso total ($P \times Q$).
- **Demanda de elasticidad unitaria:** cuando una reducción porcentual de P hace que se eleve Q en un porcentaje exactamente igual, de manera que el ingreso total ($P \times Q$) no varíe.
- **Demanda inelástica:** cuando una reducción porcentual de P provoca un aumento porcentual de Q tan pequeño que disminuye el ingreso total ($P \times Q$).²³Para el presente proyecto se determina trabajar con una demanda elástica ya que se pretende realizar variaciones en los precios de los servicios de asesoramiento para que de esta manera la demanda aumente relativamente.

²²Baca Urbina, Obra citada, pág. 17

²³Samuelson, Paul, Nordhaus, William, “Economía” McGraw – Hill, Doudecima edicion, Mexico, 1988, pag 458, 459.

2.4.2 Metodología para la cuantificación de la demanda

Una vez terminado de realizar las encuestas, se procederá a realizar los correspondientes análisis a cada una de las preguntas formuladas por medio de la tabulación de los resultados, permitiendo determinar la demanda futura del servicio.

2.4.2.1 Tabulación y procesamiento de datos

El procesamiento de los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a las personas, empresas y micro empresas del valle de Tumbaco y de las diferentes parroquias aledañas, se lo realizará mediante la tabulación de los mismos, lo cual permitirá generar datos agrupados y ordenados que servirán como base para realizar el estudio de mercado y la toma de decisiones sobre la más favorable.

2.4.2.2 Análisis de resultados obtenidos

El análisis de los resultados se lo realizará a través de la aplicación de la encuesta con la única finalidad de determinar la cantidad de la población que estaría dispuesta a adquirir este servicio, para luego poder segmentar nuestro mercado.

Los datos obtenidos serán procesados a través de medios estadísticos, para así poder analizarlos e interpretarlos y de esta manera se conviertan en una información que aporte a la investigación de mercados.

Para facilitar la interpretación de los resultados se utilizarán gráficos tales como histogramas de frecuencia y diagramas de pasteles que demuestren el porcentaje de tales frecuencias, los mismos que servirán para explicar de una manera más fácil los resultados obtenidos en cada una de las preguntas de la encuesta aplicada.

2.4.3 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará el muestreo probabilístico y el muestreo aleatorio sistemático basado en el número de empresas que actualmente existen en el valle de Tumbaco.

El muestreo probabilístico.- es un procedimiento por el cual se da a cada persona o elemento del universo, una posibilidad igual de ser seleccionado en la muestra.

El muestreo aleatorio sistemático.-es el que ordena previamente a todos los individuos de la población, para después elegirlos a uno de ellos a azar, a través de intervalos constantes, eligiendo a todos los demás hasta completar la muestra.

Mediante la información recopilada de la base de datos del INEC Tumbaco al 2010, cuenta con la presencia 1.520 establecimientos de los cuales 958 corresponden a aquellos que se dedican a la comercialización de bienes o servicios, esta información no solo permitirá la determinación del tamaño a aplicarse, sino también a quien irá dirigido la encuesta determinado su coherencia y veracidad de la misma.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se va a utilizar las siguientes fórmulas estadísticas:

Fórmula universo finito

Como no existe un pre muestreo en cuanto a la variable negativa así como tampoco para la positiva se asumen la máxima dispersión para las dos que en este caso es 0.50 respectivamente.

2.4.4 Cálculo del tamaño de la muestra

Datos:

n= ?

Z=(1,96) 95% de confianza

q= 0,50

p= 0,50

e= 0,05

N=958 empresas, microempresas

Fórmula del muestreo aleatorio sistemático

$$K = N/n$$

Cálculo de la fórmula del muestreo

Datos:

$$N=958$$

$$n= 275$$

$$K= 4 \text{ (intervalos constantes)}$$

$$K = 958/275$$

$$K = 3$$

Mediante la aplicación de la fórmula se determinó que para la selección del tamaño de la muestra se utilizara intervalos de 3, los cuales permitirán elegir hasta completar el tamaño de la muestra en su totalidad.

Evaluación de los datos, confiabilidad de la información

La recopilación de información se la realizó a través de un trabajo de campo cuidadoso y detallado que permitirá recopilar información suficiente para el apropiado desarrollo de nuestro proyecto.

Los datos que se obtuvieron fueron codificados y graficados según porcentajes para facilitar la lectura de la información al momento de requerirla, es así que esta información nos brinda datos cualitativos y cuantitativos para poder determinar las condiciones actuales en las que se encuentra el mercado.

La encuesta es el método más utilizado en los estudios de proyecto debido a su alto grado de confiabilidad y la gran cantidad de información que arroja al realizar a tabulación de las preguntas.

2.4.5 Diseño del cuestionario

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de asesoramiento contable, tributario y financiero en el sector de Tumbaco provincia de Pichincha.
Marque con una X en la repuesta o las respuestas que considere correcta

1.- ¿Usted se encuentra constituida legalmente cómo?

Persona natural _____

Persona jurídica _____

2.- ¿Si usted es persona natural está obligado a llevar contabilidad?

SI _____

NO _____

3.- Actualmente en que rango se encuentra ubicado el nivel de sus ingresos mensuales?

De 100 a 300 _____

De 300 a 500 _____

De 500 a 1000 _____

De 1000 en adelante _____

4.- ¿En alguna ocasión usted ha acudido a alguna oficina de la zona, por el servicio de asesoría contable, tributario o financiero?

SI _____

NO _____

Si responde no pase a la pregunta 9

5.- ¿El servicio de asesoramiento que usted recibió fue?

Excelente _____

Muy Buena _____

Buena _____

Regular _____

Deficiente _____

6.- ¿Acudiría usted a un centro de asesoramiento de la zona por un servicio de tipo?

Contable _____

Tributario _____

Financiero _____

Otros _____

7.- ¿Dónde le sería más conveniente a usted que la empresa asesora este ubicada?

Centro _____

Norte _____

Sur _____

8.- ¿Le gustaría que la empresa le brinde los servicios de asesoramiento de una forma más personalizada?

SI _____

NO _____

9.- ¿Cuáles son las razones por las cuales usted optaría por el servicio de asesoramiento?

Por una mayor transparencia _____

Por reducir costos _____

Por evitar problemas legales _____

Independencia en toma de decisiones _____

Aprovechar conocimientos de los expertos _____

Crecimiento del giro del negocio _____

10.- ¿Le gustaría participar semestralmente en cursos de capacitación donde le ayuden con sus dudas e inquietudes de su empresa o negocio?

SI _____

NO _____

11.- ¿Si existiera una nueva empresa en el mercado que brinde el servicio de asesoramiento usted estaría dispuesto a optar por esta nueva empresa?

SI _____

NO _____

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un servicio de asesoramiento?

Tributario

De 5 a 10 _____

De 10 a 15 _____

De 15 en adelante _____

Contable

De 50 a 100 _____

De 100 a 200 _____

De 200 en adelante _____

Financiero

De 100a 200 _____

De 200 a 400 _____

De 400 en adelante _____

Todos los anteriores

De 100 a 200 _____

De 200 a 500 _____

De 500 en adelante _____

GRACIAS QUE DIOS LE BENDIGA

2.4.6 Tabulación y análisis de la encuesta

Primera pregunta:

1.- ¿Usted se encuentra constituida legalmente cómo?

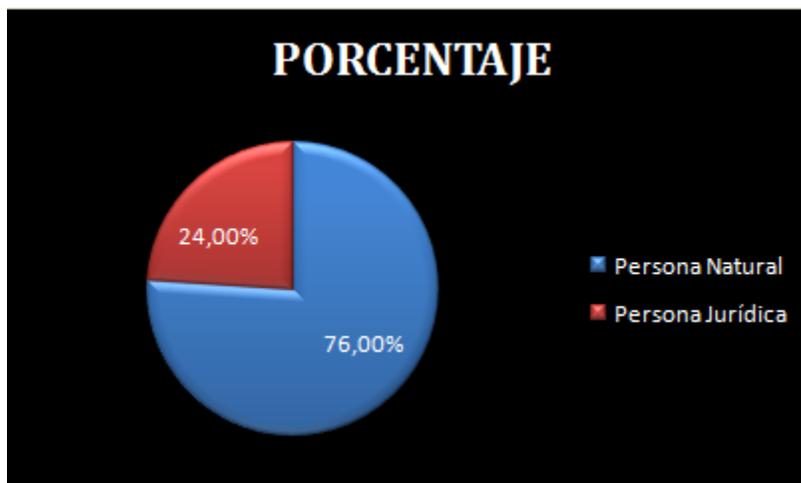
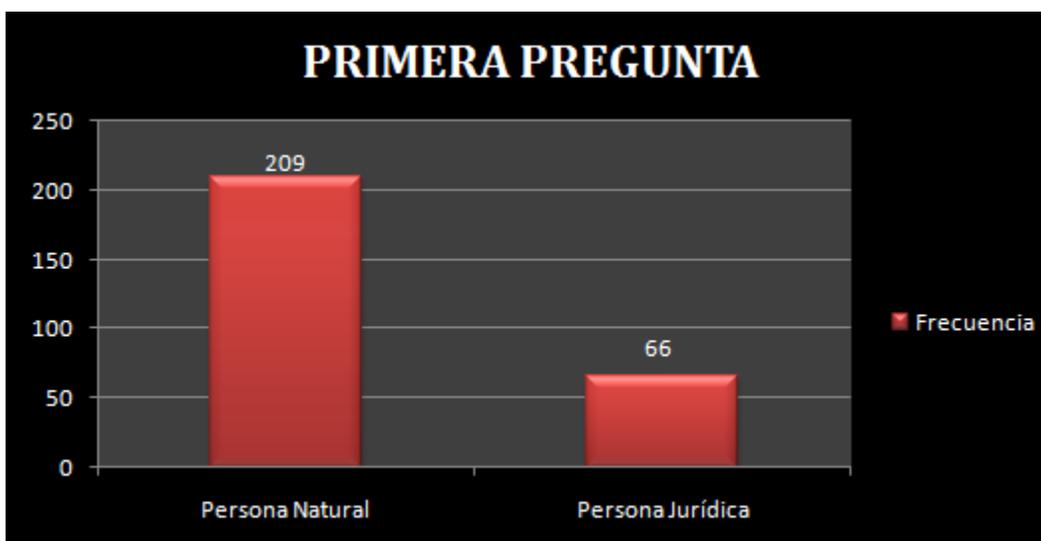
Persona natural ____

Persona Jurídica ____

Cuadro 2.1

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Persona natural	209	76,00%
Persona jurídica	66	24,00%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.1



Fuente: **El autor.**

Análisis:

Este tipo de pregunta nos permite cuantificar el número de personas que se encuentran constituidas tanto como personas naturales, como personas jurídicas dentro de la parroquia de Tumbaco.

Ante ello, como se puede observar en los gráficos del total de la muestra, el 76% del mercado, es decir 209 personas se encuentran constituidas como Personas natural, mientras que el 24% el equivalente a 66 personas se encuentran constituidos como personas jurídica.

Ante lo cual se llegó determinar que en la parroquia de Tumbaco, el mercado más grande con el 76% de participación es en el mercado de las personas naturales, debido a que la mayor concentración de negocios se encuentran en ellas y más aún su formación es como negocios unipersonales más que como empresas en sociedad, mientras que el 24% del mercado son personas jurídicas, es decir aquellas grandes empresas.

La información que nos proporciona esta pregunta nos permite tener una dirección clara así a donde el proyecto debe plantear sus servicios, por lo cual la prestación de los servicios de asesoramiento estará dirigido explícitamente al mercado de los personas naturales, debido al gran porcentaje de participación que tiene dentro del mercado, sin embargo el proyecto no deja a un lado la oportunidad de poder ofrecer el servicio de asesoramiento al mercado de las grandes empresas a futuro.

Segunda pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

2.- ¿Si usted es persona natural está obligado a llevar contabilidad?

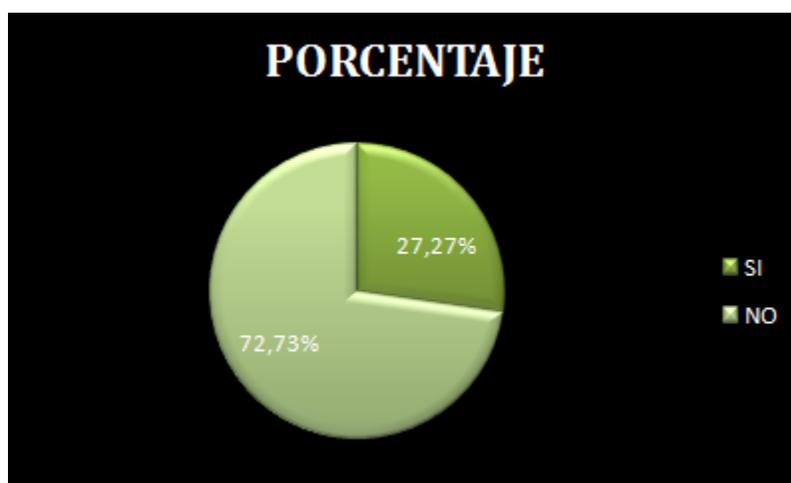
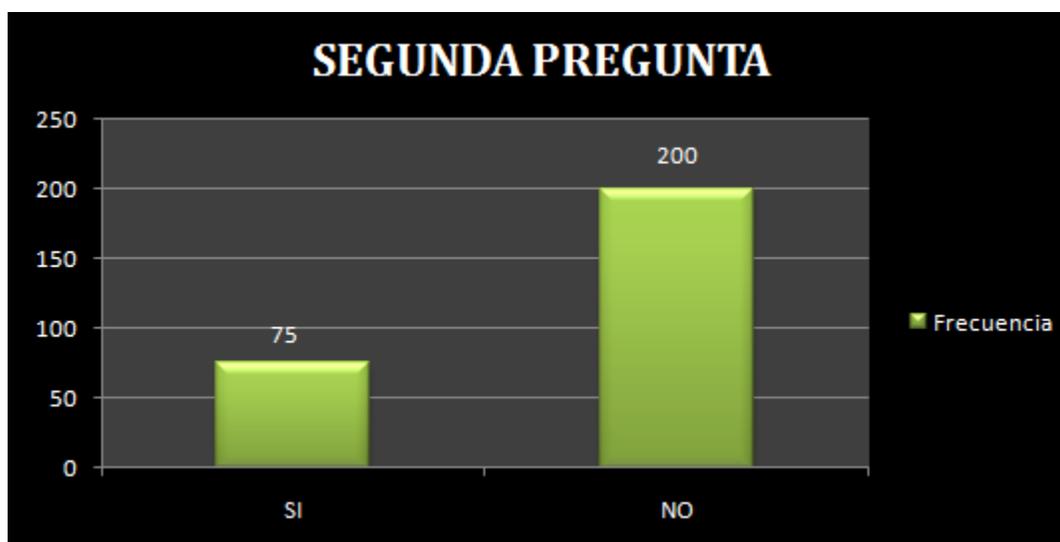
SI ____

NO ____

Cuadro 2.2

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	27,27%
No	200	72,73%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.2



Fuente: El autor.

Análisis:

Este tipo de pregunta permite determinar el número de personas que están obligadas a llevar contabilidad y las que no están obligadas a llevarla dentro de la parroquia de Tumbaco.

Por medio de los resultados gráficos, se puede observar que el 73% de las personas no están obligadas a llevar contabilidad, es decir 200 personas según bajo la ley no tienen la obligación de presentar ningún tipo de información correspondiente al proceso contable del negocio, mientras que el 27% si está obligado a llevar contabilidad, es decir 75 personas tanto las personas jurídicas como las Personas naturales legalmente están obligadas a llevar contabilidad y por ende obligadas a presentar toda la información correspondiente el proceso contable, que las diferentes autoridades lo soliciten.

A través de esta información se pudo determinar que en la parroquia de Tumbaco, la mayor parte de los negocios no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo en el transcurso de la aplicación de las encuesta realizado a las diferentes propietarios de los negocios, se pudo dar cuenta que mensualmente llevan un pequeño registro de ingresos y gastos que incurren mes a mes el cual les permite de cierta manera darse cuenta de cómo el negocio marcha.

Ante lo cual se llegó a determinar que este proyecto no está dirigido únicamente al mercado las personas obligadas a llevar contabilidad, sino también al de las no obligadas, ya que como se pudo observar estas personas llevan registros sencillos que no les permite demostrar la realidad del negocio, ante el cual el proyecto podría intervenir ofreciendo un mejor servicio del que actualmente tienen que les permita conocer con exactitud cómo anda la economía del negocio, este nuevo mercado representa una gran oportunidad para el proyecto.

Tercera pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

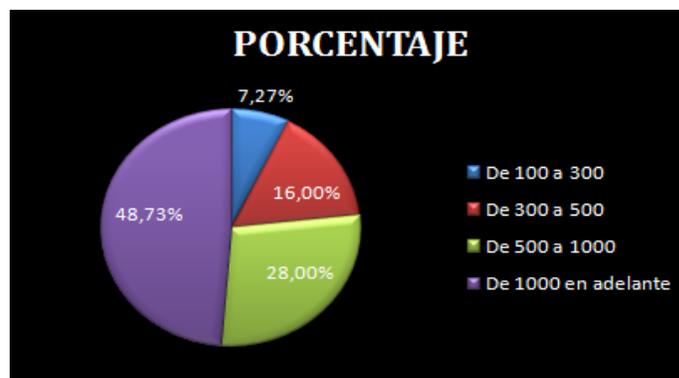
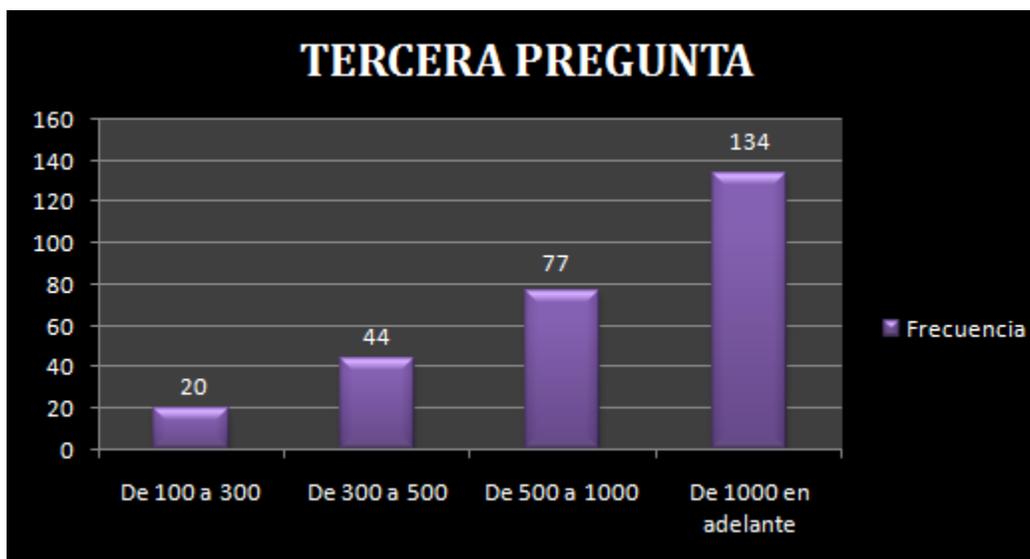
3.- Actualmente en que rango se encuentra ubicado el nivel de sus ingresos mensuales?

De 100 a 300 _____
De 300 a 500 _____
De 500 a 1000 _____
De 1000 en adelante _____

Cuadro 2.3

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 100 a 300	20	7,27%
De 300 a 500	44	16,00%
De 500 a 1000	77	28,00%
De 1000 en adelante	134	48,73%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.3



Fuente: El autor.

Análisis:

Por medio de esta pregunta se pretende determinar los niveles de ingresos mensuales que poseen las personas en las diferentes microempresas en el mercado de Tumbaco.

Mediante la interpretación grafica de los datos se puede observar que el 7 % de las personas se encuentran en el nivel básico de ingresos, es decir 20 personas facturan de 100 a 300 dólares mensuales por sus ventas, mientras que el 16% se encuentran en un nivel de ingresos mediano, es decir que 44 personas mensualmente de ingresos reciben de 300 a 500 dólares.

De igual manera se pudo observar que 28 % de la población, se encuentran en un nivel de ingresos medio alto, es decir facturan de 500 a 1000 dólares mensuales, sin embargo el 49% de la población se encuentra en un nivel de ingresos alto, es decir 134 empresas mensualmente de ingresos reciben de 1000 dólares en adelante, estos dos últimos porcentajes alcanzan el 77% de posicionamiento dentro del mercado un aspecto muy importante que el proyecto debe considerar.

Ante lo cual se llegó a determinar que los rangos de ingresos que actualmente el mercado de Tumbaco tiene son muy beneficiosos para el proyecto, ya que el mayor porcentaje de ingresos se encuentra en aquellas micro empresas que superan los 500 y 1000 dólares mensuales, estos dos porcentajes cubren una gran parte del mercado que permite plantear la posibilidad de ofrecer un servicio de asesoramiento a un precio razonable que beneficien a las dos partes, es decir un valor que pueda retribuir y cubrir las expectativas de rentabilidad que el proyecto espera.

Cuarta pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

4.- ¿En alguna ocasión usted ha acudido a alguna oficina de la zona por el servicio de asesoría contable, tributario o financiero?

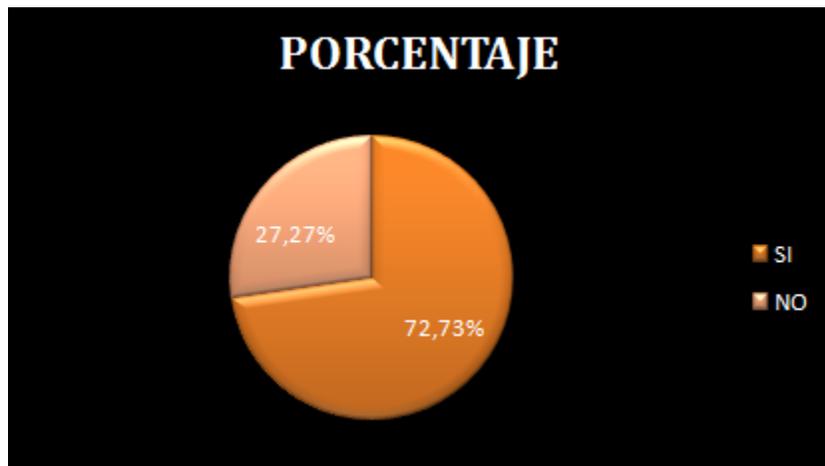
SI ____

NO ____

Cuadro 2.4

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	72,73%
No	75	27,27%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.4



Fuente: El autor.

Análisis:

Este tipo de pregunta nos ayuda a cuantificar el número de personas que en algún momento tuvieron la necesidad de acudir a un centro de asesoramiento donde le puedan ayudar con sus problemas.

Como se puede observar en los gráficos el 73% es decir, 200 personas respondieron que si han acudido en alguna ocasión a un centro de asesoramiento, mientras que el 27% representado en 75 personas no han acudido, ya que no han necesitado de este tipo de servicio en ningún momento.

Mediante el proceso de la investigación se pudo determinar el 27% de las personas no ha acudido a un centro de asesoramiento debido a que en la actualidad cuentan con sus propios departamento de contabilidad, o con la colaboración de contadores muy cercanos a ellos, o en muchos casos supieron manifestar que tiene la experiencia necesaria para poder llevar a cabo todas estas actividades, por lo cual no había la necesidad de ir a ningún centro de asesoramiento, llegando a la conclusión que dichas personas mediante un curso de concientización podrían de igual manera acceder al servicio propuesto, demostrando las ventajas que podrían tener.

Ante lo cual se llegó a determinar que el mercado de Tumbaco existe un gran porcentaje de personas que mensualmente necesitan de un lugar donde les ayuden con el asesoramiento del negocio, es decir las obligaciones legales que deben venir realizando mes a mes para evitarse las sanciones pertinentes, por lo cual la oportunidad del proyecto radica en aquellas personas que necesitan de un centro donde presten el servicio de asesoramiento.

Quinta pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

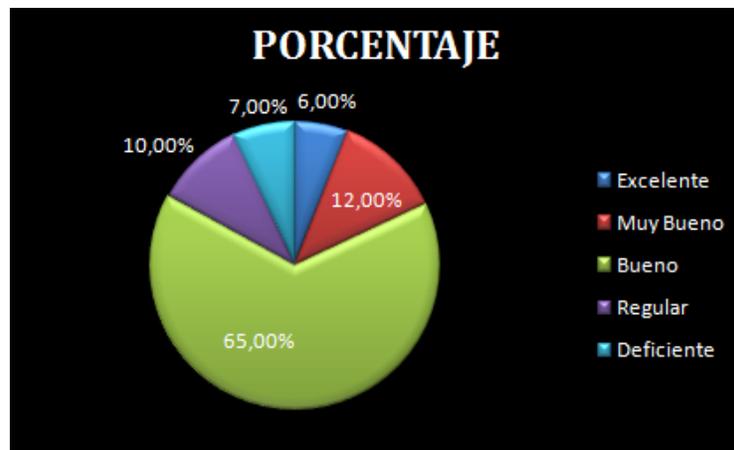
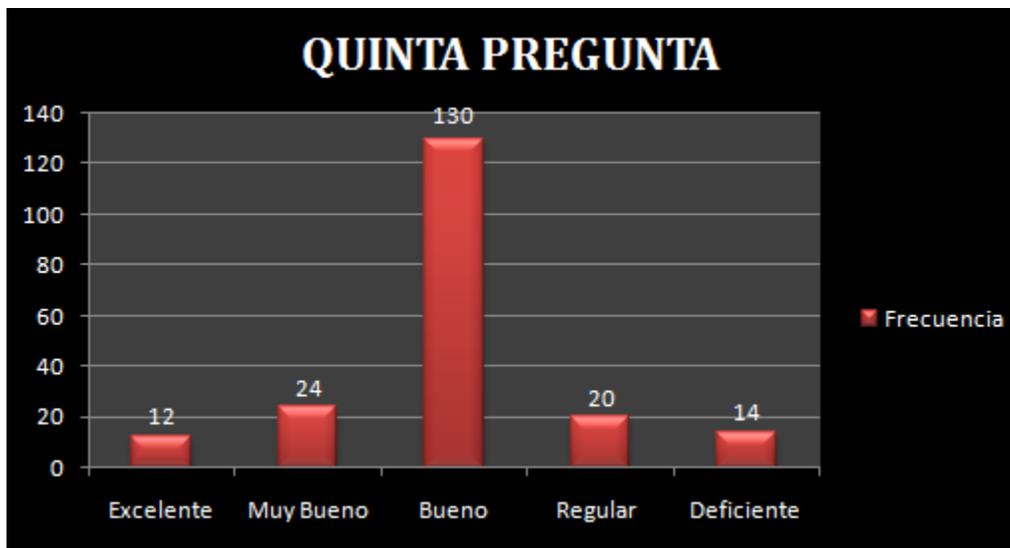
5.- ¿El servicio de asesoramiento que usted recibió fue?

Excelente _____
Muy bueno _____
Bueno _____
Regular _____
Deficiente _____

Cuadro 2.5

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	12	6,00%
Muy Bueno	24	12,00%
Bueno	130	65,00%
Regular	20	10,00%
Deficiente	14	7,00%
Total	200	100,00%

Gráficos 2.5



Fuente: El autor.

Análisis:

Esta pregunta permitirá calificar el servicio de asesoramiento que actualmente las personas tienen de las empresas asesoras en el valle de Tumbaco.

Ante lo cual, podemos observar que el 6% de las personas es decir 12 micro empresarios, calificaron al servicio de asesoramiento que al momento reciben como excelente, es decir todas sus expectativas son cubiertas en un ciento por ciento, el 12% equivalente a 24 personas mantiene que el servicio de asesoramiento que actualmente reciben es muy bueno por lo cual no tienen ningún tipo de problema con ello.

Mientras que el 65% de personas, creen que el servicio de asesoramiento que actualmente reciben es bueno en realidad, pero no cubre sus expectativas en su totalidad como debería serlo.

Por último observamos que 10% de las personas no están conforme con el servicio de asesoramiento que reciben ya que lo calificaron como regular, y de igual manera el 7% lo calificó como deficiente, las dos situaciones fueron debidamente analizadas e investigadas, ante lo cual supieron manifestar que los anteriores asesores les quedaron mal al momento de la prestación del servicio, es decir no llegaban a tiempo, llegaban a los dos o tres meses y no satisfacían la necesidad tal como se lo esperaba.

Con toda esta información se llegó a determinar que el 82% del mercado, no está conforme con el servicio de asesoramiento que actualmente recibe, por lo cual se convierte en una gran oportunidad para que el proyecto ofrezca sus servicios ha dicho mercado, cubriendo las expectativas que los clientes esperan del servicio en un ciento por ciento.

Sexta pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

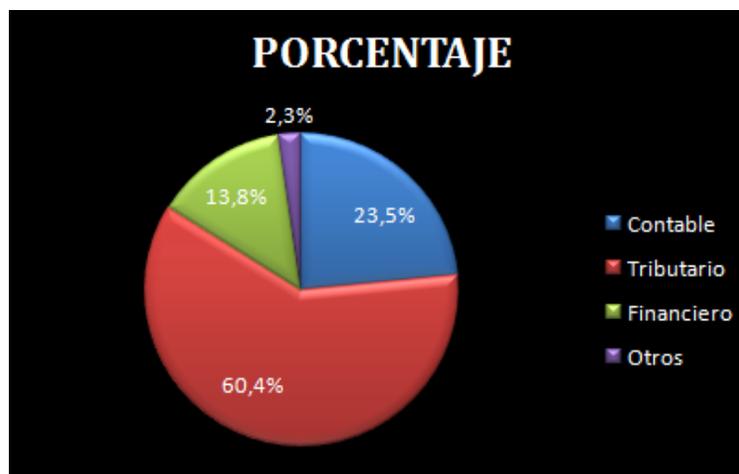
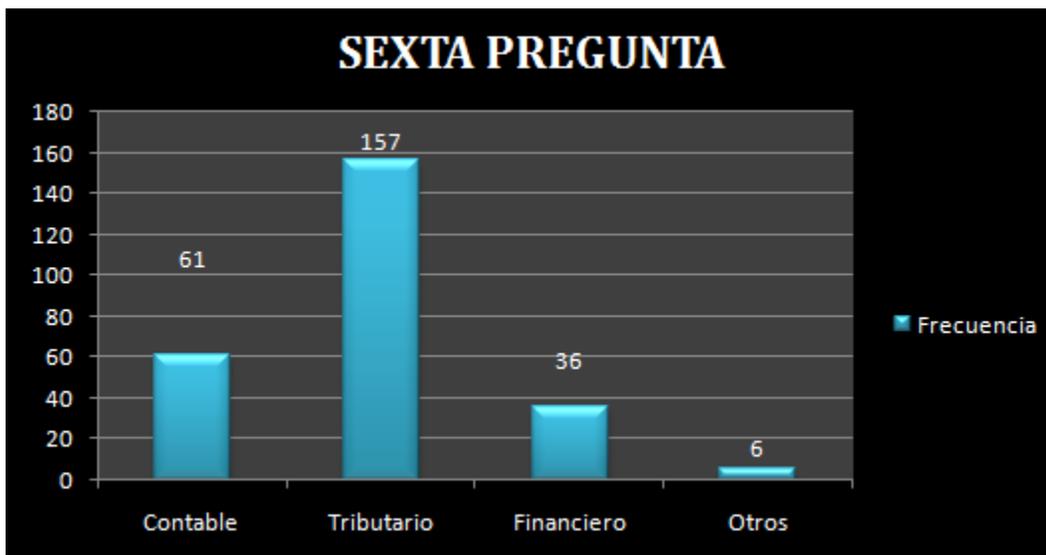
6.- ¿Acudiría usted a un centro de asesoramiento de la zona por un servicio de tipo?

Contable _____
Tributario _____
Financiero _____
Otros _____

Cuadro 2.6

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Contable	61	23,5%
Tributario	157	60,4%
Financiero	36	13,8%
Otros	6	2,3%
Total	260	100,00%

Gráficos 2.6



Fuente: El autor.

Análisis:

Por medio de esta pregunta se pretende determinar qué tipo de servicios actualmente existen en el mercado y cuál de los tres tiene más demanda.

Mediante la interpretación gráfica de los datos podemos observar que el 60% de las personas, es decir 157 microempresarios acudirían mensualmente a un centro de asesoramiento por el servicio tributario, llegando a ser el servicio que más demanda tiene dentro del mercado, mientras que un 24% de personas acudiría al centro por el servicio contable.

También se pudo observar que el 14% de las personas acudirían al centro de asesoramiento por el servicio financiero, sin embargo no todas las personas creen que es necesario realizar este tipo de servicio, debido al gran desconocimiento de las bondades que esta herramienta les puede ofrecer.

Por último se pudo observar que el 2% de los micro empresarios, es decir 6 personas a parte de estos tres servicios acudirían a un centro por recibir servicios diferentes a estos, como son la planificaciones de negocios y la administración de proyectos.

Con toda esta información se llegó a determinar que tanto el servicio contable como el servicio tributario son los que más demanda tiene dentro del mercado, sin embargo se pudo observar que existe un cierto porcentaje de personas que demanda mensualmente el servicio financiero, por lo cual su atención se basará en función de la demanda que genera cada servicio. Estos tres servicios han llegado a ocupar el 98% de demanda en el mercado, es decir el noventa y ocho por ciento de posibilidad para que el proyecto ingrese al mercado ofreciendo estos servicios debido al gran interés observado por parte personas en los mismos.

Séptima pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

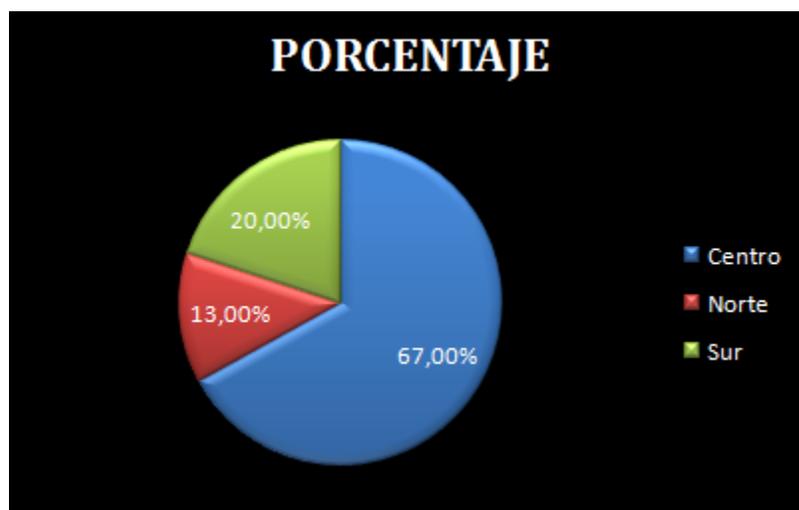
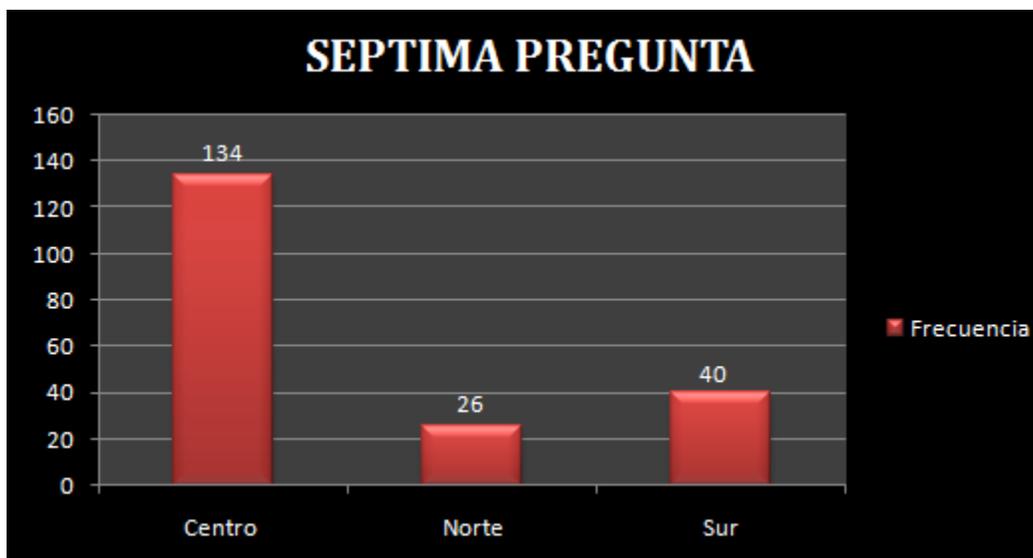
7.- ¿Dónde le sería más conveniente a usted que la empresa asesora esté ubicada?

Centro _____
Norte _____
Sur _____

Cuadro 2.7

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Centro	134	67,00%
Norte	26	13,00%
Sur	40	20,00%
Total	200	100,00%

Gráficos 2.7



Fuente: **El autor.**

Análisis:

Esta pregunta permite determinar donde será el lugar más adecuado y estratégico para establecer el centro de asesoramiento, de acuerdo a las necesidades y preferencias de las personas.

Mediante la información gráfica de los datos, el 67% de los microempresarios es decir 134 personas respondieron que preferirían la ubicación de la oficina de asesoramiento en el centro de la parroquia de Tumbaco, debido a que la mayoría de las actividades comerciales que las microempresas tienden a radican al alrededor del centro de la parroquia.

El 20% respaldado en 40 personas, respondieron que preferirían el establecimiento del centro en el sur de la parroquia de Tumbaco, esto debido al lugar de residencia comercial que actualmente tiene las personas.

Mientras que el 13% es decir 26 personas, indicaron que el lugar de preferencia para que una empresa preste los servicios de asesoramiento sería al norte de la Parroquia de Tumbaco, de igual manera debido por la actual residencia comercial que tiene el negocio.

Por lo cual se llegó a determinar que la nueva empresa asesora funcionará en el centro de Tumbaco, sin embargo viendo las preferencias que los diferentes microempresarios señalando donde sería la ubicación ideal del centro de asesoramiento, tanto para el norte como para el sur se pretende realizar una prestación del servicio personalizada, es decir un servicio de puerta a puerta consiguiendo llegar directamente a los clientes y no los clientes a nosotros, permitiendo de esta manera llegar a los tres mercados sin ningún tipo de problema.

Octava pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

8.- ¿Le gustaría que la empresa le brinde los servicios de asesoramiento de una forma más personalizada?

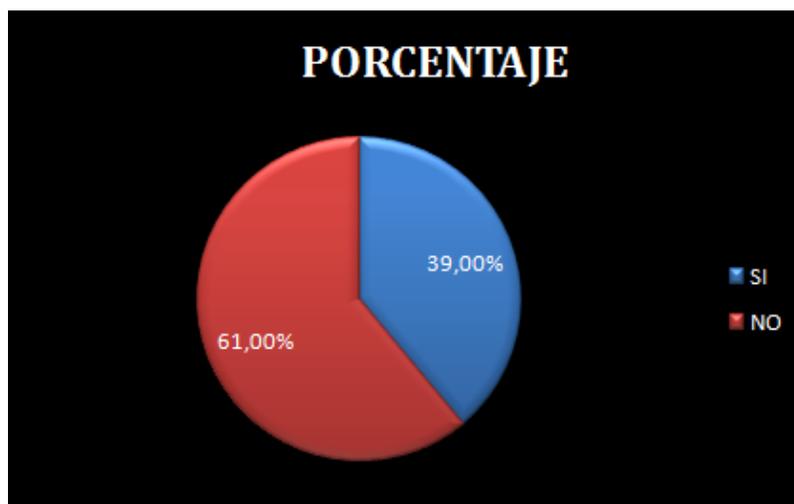
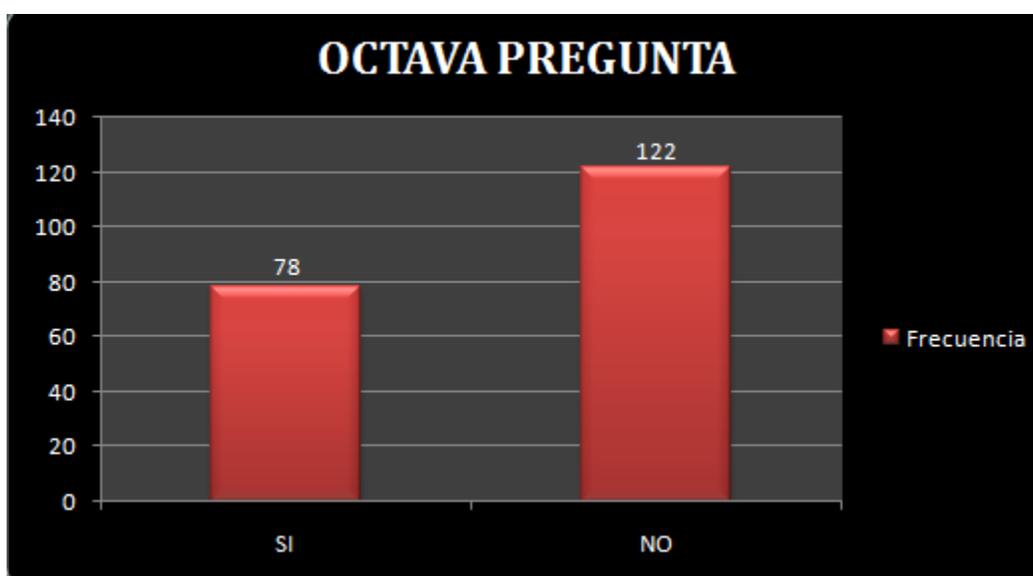
SI ____

NO ____

Cuadro 2.8

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	78	39,00%
NO	122	61,00%
Total	200	100,00%

Gráficos 2.8



Fuente: El autor.

Análisis:

Esta pregunta permitirá determinar el número de personas, que estaría dispuestas a que la empresa les brinde un servicio de asesoramiento personalizado permitiendo dar solución al problema de la pregunta anterior.

Mediante los gráficos estadísticos podemos observar que el 39% de los encuestados, es decir 78 personas estarían dispuestas a que la empresa le preste los servicios de asesoramiento personalizados, es decir que el servicio se lo realice directamente del negocio, esto debido a la gran distancia que actualmente las personas tienen de la parroquia de Tumbaco, este servicio permitirá que las personas tengan una explicación más clara de la situación del negocio, debido a que contarán con mayor tiempo, dichas personas supieron manifestar que es una excelente idea que el servicio se lo realice directamente desde el negocio, debido que el tiempo ha sido y es uno de las mayores problemas.

Mientras que el 61% de los encuestados no aceptarían este tipo de servicio, ya que como se puede observar el mayor número de negocios radican alrededor de la parroquia de Tumbaco y por ende su distancia no es ningún problema, por lo que supieron manifestaron que podrían acudir directamente al centro de asesoramiento sin ningún problema en el caso de requerir nuestros servicios.

Lo que el proyecto pretende ganar a través de la implantación de este servicio es la expansión del mercado, es decir tener mayor posicionamiento sobre el mismo, y más que todo poder ofrecer el servicio a los tres mercados encuestados sin pasar por alto a ninguno, por lo cual se llegó a determinar que este servicio da solución al problema de la pregunta anterior y más que todo permite abrir nuevas oportunidades al proyecto.

Novena Pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

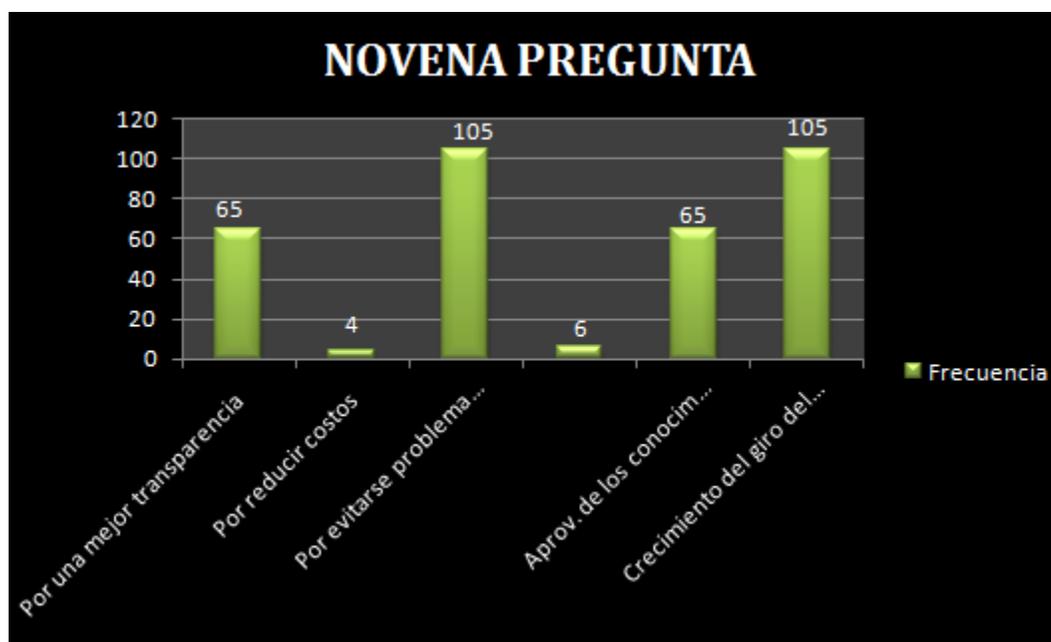
9.- ¿Cuáles son las razones por las cuales usted optaría por el servicio de asesoramiento?

Por una mayor transparencia	_____
Por reducir costos	_____
Por evitar problemas legales	_____
Independencia en toma de decisiones	_____
Aprovechar conocimientos de los expertos	_____
Crecimiento del giro del negocio	_____

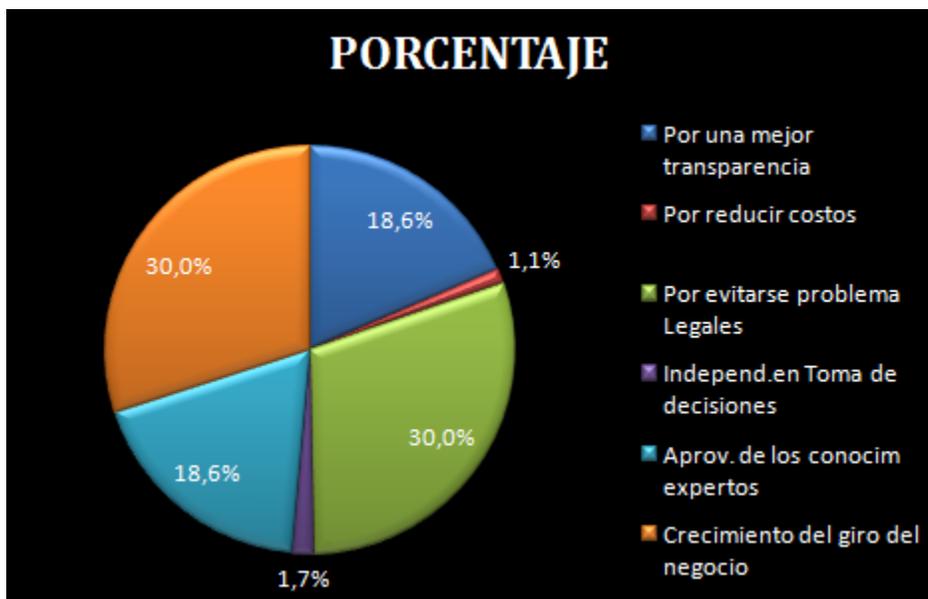
Cuadro 2.9

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Por una mejor transparencia	65	18,6%
Por reducir costos	4	1,1%
Por evitarse problema legales	105	30,0%
Independ.entoma de decisiones	6	1,7%
Aprov. de los conocim expertos	65	18,6%
Crecimiento del giro del negocio	105	30,0%
Total	350	100,00%

Gráficos 2.9



Fuente: El autor.



Análisis:

Esta pregunta permite determinar las razones por las cuales las personas optarían por el servicio de asesoramiento.

Mediante la realización gráfica se llegó a determinar que las personas estarían dispuestas a optar por el servicio de asesoramiento, en un 30% en primer lugar por evitarse problemas legales con las autoridades, ya que un negocio en regla todo marcha bien, de igual manera optarían por este servicio por el crecimiento del giro del negocio en un 30% de aceptación ya que es vital el crecimiento del negocio para poder subsistir y competir dentro del mercado.

Seguidamente podemos observar que el 19% de la población optarían por el servicio personalizado, por tener una mejor transparencia del negocio, es decir una realidad clara, de igual manera el 18% de las personas piensan que el servicio personalizado es muy importante para poder aprovechar los conocimientos de los expertos, para la continua actualización de sus deberes.

Por último observamos que el 1% y el 2% de los micros empresarios no optarían por el servicio de asesoramiento por reducir costos, ni por la independencia en la toma de decisiones ya que son factores controlables.

Décima pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

10.- ¿Le gustaría participar semestralmente en cursos de capacitación donde le ayuden con sus dudas e inquietudes de su empresa o negocio?

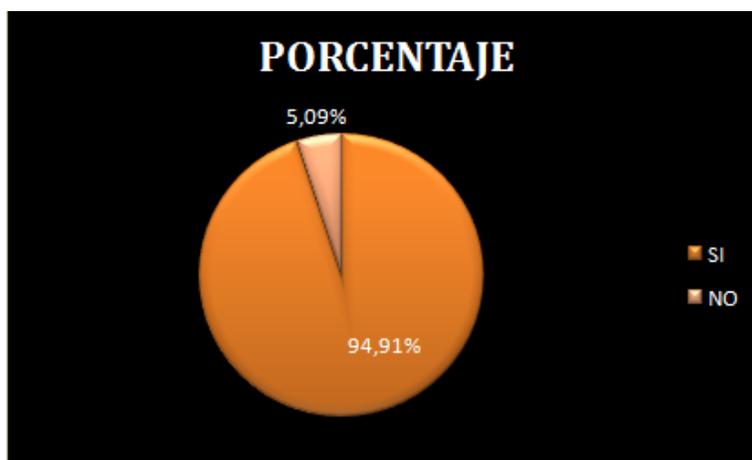
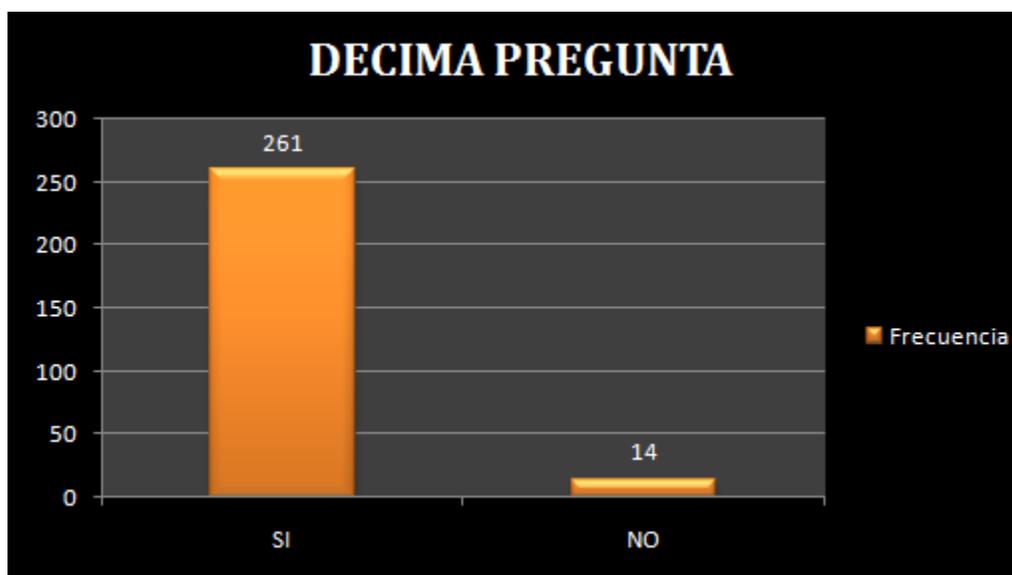
SI____

NO____

Cuadro 2.10

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	261	94,91%
NO	14	5,09%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.10



Fuente: El autor.

Esta pregunta permitirá determinar si las personas estarían interesadas en participar en cursos de capacitación donde le ayuden con sus dudas e inquietudes de su empresa o negocio.

Mediante los gráficos estadísticos podemos observar que el 95% de la población encuestada, es decir 261 personas les gustaría participar en cursos de capacitación donde se los informe de las actuales obligaciones que tiene con los diferentes organismos de control, los diferentes cambios y reformas que se hacen a las leyes pertinentes, mientras que el 5% no participarían en dichos cursos ya que manifestaron que tienen sus propios asesores por tal no hay ninguna necesidad.

Mediante la encuesta que se realizó a las diferentes personas referente a la oportunidad de recibir los cursos de asesoría, supieron manifestar que estarían totalmente de acuerdo, siempre y cuando dichos cursos sean dictados fuera de la jornada de trabajo, es decir que sean dictados fuera de los horarios de trabajo, ante lo cual solicitaron que dichos cursos fuesen dictados en los fines de semana para no tener ningún inconveniente en no poder asistir.

Ante lo cual se llegó a determinar que el servicios de asesoramiento que el proyecto pretende implantar representa una gran oportunidad para ganar mayor mercado, por medio de la realización de cursos, charlas de las actuales obligaciones que tiene como negocio, los cursos serán debidamente planificados coordinados y organizados conforme las necesidades y las oportunidades que se vayan presentando por medio de los potenciales clientes, de igual manera se lo realizara en los mejores horarios que más convenga para que no afecte en ninguna de sus actividades comerciales.

Décima primera pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

11.- ¿Si existiera una nueva empresa en el mercado que brinde el servicio de asesoramiento usted estaría dispuesto a optar por esta nueva empresa?

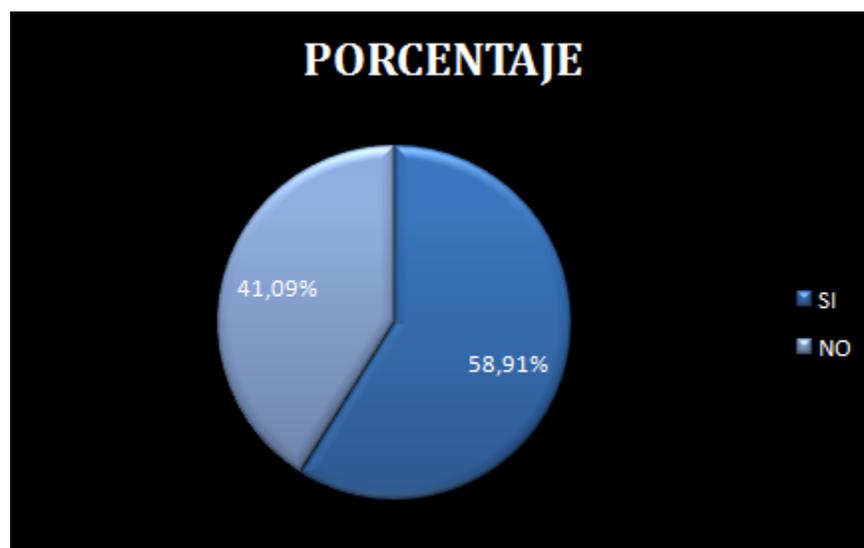
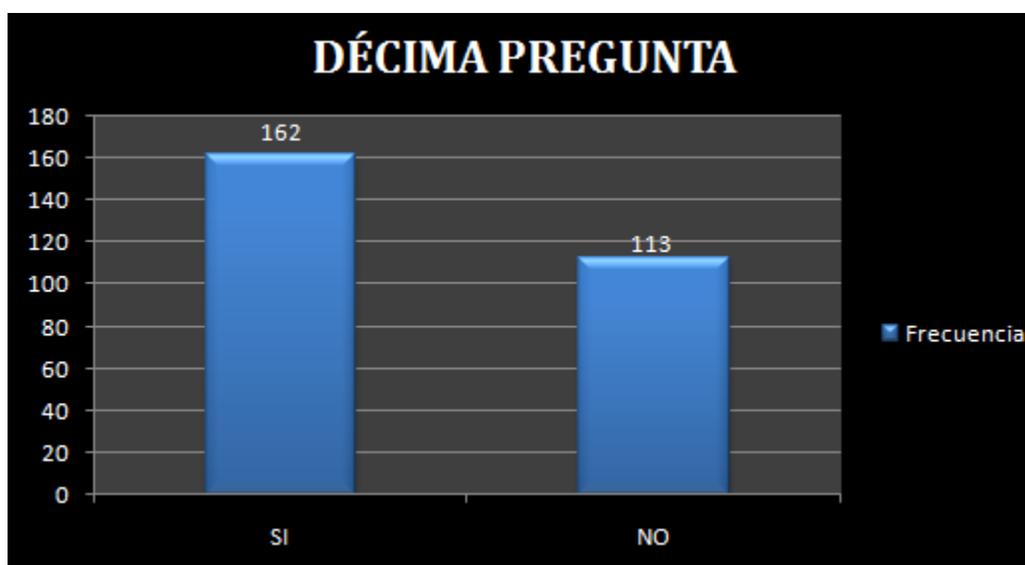
SI___

NO___

Cuadro 2.11

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	162	58,91%
NO	113	41,09%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.11



Fuente: El autor.

Esta pregunta permitirá determinar si las personas estarían dispuestas a contratar los servicios de asesoría, en el caso que existiera una nueva empresa en el valle de Tumbaco.

Mediante los gráficos estadísticos se puede observar que el 59% de la población, es decir 162 personas estarían dispuestos a adquirir este servicio en el caso que se constituyera una nueva empresa en el valle, ante lo cual supieron manifestar que sería interesante el poder contratar los servicios de otra empresa diferente a las que actualmente existen en el mercado, con el único objetivo de medir y comparar la calidad de servicio que esta nueva empresa podría ofrecer.

Dentro de este porcentaje de aceptación también, se encuentran aquellas personas jurídicas, las cuales supieron manifestar que si estarían de acuerdo en aceptar el servicio de una nueva empresa por lo menos una vez o dos veces al año, para poder tener una confianza que todo lo que se realiza en su empresa está bien.

Mientras que el 41% es decir 113 empresarios no están de acuerdo en contratar los servicios de asesoramiento en el caso de crear una nueva empresa en el valle de Tumbaco, ya que como se había mencionado anteriormente contaban con la ayuda de contadores muy cercanos a ellos o en muchos casos ya tenían sus propios departamentos contables con un personal altamente capacitado y no veían la necesidad de acudir a tal centro, más que todo el personal con el que cuentan es de mucha confianza y conocen muy bien el giro del negocio sus debilidades y sus fortalezas.

Con toda la información se ha llegado a determinar que existe un gran porcentaje de aceptación que justifica la creación del proyecto.

Décima segunda pregunta:

Tabulación y análisis de la encuesta

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un servicio de asesoramiento?

Tributario	
De 5 a 10	_____
De 10 a 15	_____
De 15 en adelante	_____
Contable	
De 50 a 100	_____
De 100 a 200	_____
De 200 en adelante	_____
Financiero	
De 100a 200	_____
De 200 a 400	_____
De 400 en adelante	_____
Todos los anteriores	
De 100 a 200	_____
De 200 a 500	_____
De 500 en adelante	_____

El cuadro que a continuación se detalla corresponde al resumen de cada uno de los servicios.

Cuadro 2.12

SERVICIO	PORCENTAJE	PRECIO
Tributario	80%	De 5 a 10 dólares
Contable	45%	De 50 a 100 dólares
Financiero	75%	De 100 a 200 dólares
Todos los anteriores	36%	De 200 a 500 dólares

Fuente: **El autor.**

Ante lo cual observamos que los micros empresarios estarían dispuestos a pagar de 5 a 10 dólares mensuales por un servicio de asesoramiento tributario, mientras que el aspecto contable los microempresarios estarían dispuestos a pagar de 50 a 100 dólares por llevar la contabilidad a su negocio.

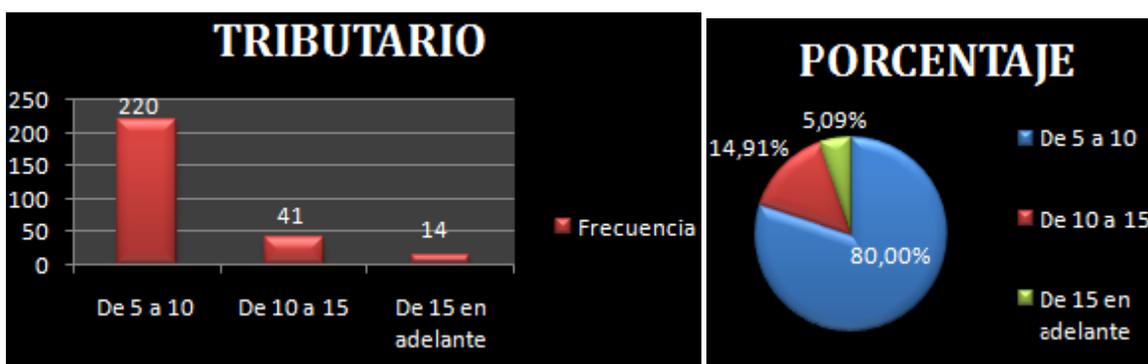
Por último en el aspecto financiero los microempresarios pagarían de 100 a 200 dólares por un servicio de asesoramiento financiero. Sin embargo si combináramos los tres servicios tanto tributario, contable como financiero los microempresarios pagarían de 200 a 500 dólares por todo, un porcentaje de aceptación justo en representación del proyecto.

TRIBUTARIO

Cuadro 2.13

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 5 a 10	220	80,00%
De 10 a 15	41	14,91%
De 15 en adelante	14	5,09%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.13



Fuente: El autor.

Análisis:

En el aspecto TRIBUTARIO el precio que mayor aceptación tuvo con el 80% es precio de los 5 a 10 dólares, es decir las personas estarían dispuestas a pagar entre 5 a 10 dólares por realizarles las declaraciones de forma mensual.

Mientras que el 15% de las personas decidieron que podrían pagar por la prestación de este servicio entre los 10 a 15 dólares, y el 5% estarían dispuestas a pagar desde los 15 dólares en adelante, estos dos porcentajes corresponden a aquellas empresas que tiene mayores actividades económicas.

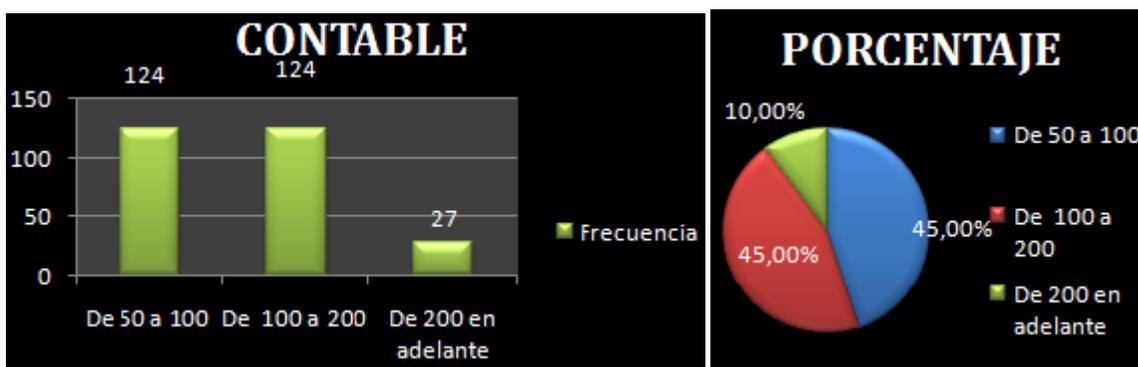
Por lo cual el proyecto llego a determinar que la mayoría de las personas pagarían por el servicio tributario en un promedio de 5 a 10 dólares de forma mensual.

CONTABLE

Cuadro 2.14

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 50 a 100	124	45,00%
De 100 a 200	124	45,00%
De 200 en adelante	27	10,00%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.14



Fuente: **El autor.**

Análisis:

En el aspecto CONTABLE el segundo servicio que mayor aceptación tuvo en el mercado de Tumbaco, el 45% de las personas decidieron que estarían dispuestos a pagar entre 50 a 100 dólares mensuales por el servicio contable.

Así también se pudo observar que otro 45% de las personas podrían pagar por la prestación de este servicio entre los 100 a 200 dólares mensuales y únicamente el 10% estarían dispuestas a pagar 200 dólares en adelante por el servicios contable, de igual manera este porcentaje corresponde a las empresas que tienen mayores actividades económicas y en este caso las obligadas a llevar contabilidad.

Por lo cual se llegó a determinar que la mayoría de las personas pagarían por el servicio contable en un promedio de 100 a 150 dólares mensualmente.

FINANCIERO

Cuadro 2.15

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 100 a 200	206	74,91%
De 200 a 400	36	13,09%
De 400 en adelante	33	12,00%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.15



Fuente: El autor.

Análisis:

Mientras que en el aspecto FINANCIERO el tercer servicio que el proyecto ofrece al mercado de Tumbaco, se pudo observar que el 75% de las personas estarían dispuestos a pagar entre 100 a 200 dólares mensuales por un servicio de asesoramiento financiero a la empresa.

Mientras que el 13% de las personas podrían pagar por la prestación de este servicio de 200 a 400 dólares mensuales y el 12% pagarían desde los 400 dólares en adelante, de igual manera porcentaje relativo al número de empresas con mayores ingresos económico es decir las obligadas a llevar contabilidad.

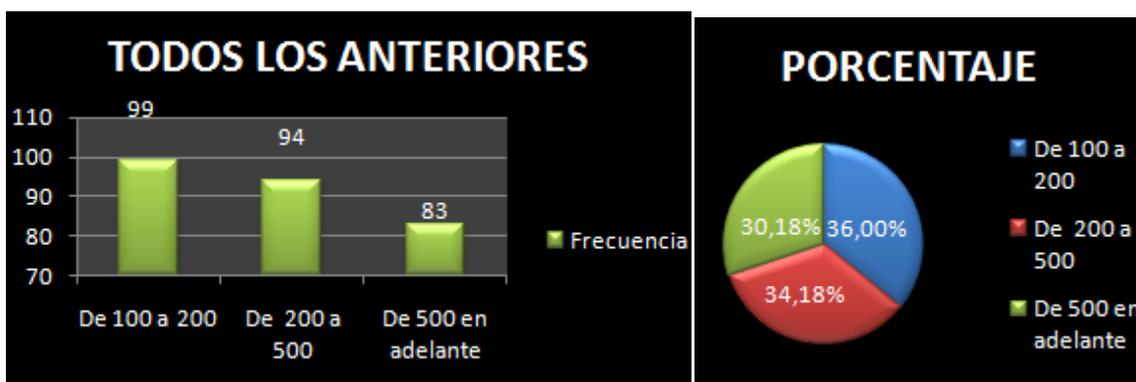
Por lo cual se llegó a determinar que la mayoría de las personas pagarían por el servicio Financiero en un promedio de 100 a 200 dólares mensualmente.

TODOS LOS ANTERIORES

Cuadro 2.16

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 100 a 200	99	36,00%
De 200 a 500	94	34,18%
De 500 en adelante	83	30,18%
Total	275	100,00%

Gráficos 2.16



Fuente: El autor.

Análisis:

Si el proyecto combinara la prestación de los tres servicios en uno solo a un valor específico, se pudo observar que el 34% de las personas pagarían por dicha combinación de 200 a 500 dólares mensuales.

Mientras que el 36% pagaría de 100 a 200 dólares mensuales, y por último el 30% de las personas estarían dispuestos a pagar por los tres servicios de 500 dólares en adelante.

Por lo cual se llegó a determinar que la mayoría de las personas pagarían por la combinación de los tres servicios en un promedio de 100 a 200 dólares mensualmente.

2.4.7 CONCLUSIONES:

1.- ¿Usted se encuentra constituida legalmente cómo?

Cuadro 2.17

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Persona natural	209	76,03%
Persona jurídica	66	23,97%
Total	275	100,00%

Fuente: **El autor.**

Con la primera pregunta, se pudo determinar que en la parroquia de Tumbaco, la mayor concentración de negocios se encuentra en las personas naturales con el 76% y el 24% en las personas jurídicas, es decir existen más negocios unipersonales que negocios en sociedad, por lo cual se llegó a determinar que el proyecto de asesoramiento está dirigido explícitamente al mercado de las personas naturales, debido al mayor porcentaje de participación que tiene dentro de la economía de la parroquia, sin embargo no queda descartado la oportunidad de poder ofrecer el servicio propuesto al mercado de las personas jurídicas.

2.- ¿Si usted es persona natural está Obligado a llevar contabilidad?

Cuadro 2.18

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	200	72.95%
Si	75	27,05%
Total	275	100,00%

Fuente: **El autor.**

En la segunda pregunta, se pudo determinar que la mayoría de la población el 73% no está obligado a llevar contabilidad, mientras que 27% si lo está, de acuerdo al volumen de sus operaciones y conforme lo que establece la ley, sin embargo en el transcurso de la investigación se pudo determinar que las personas no obligadas a llevar contabilidad llevan registros de ingresos y de gastos de forma periódica, permitiendo de esta manera que el proyecto identifique un nuevo nicho de mercado adicional al existente y por ende una nueva oportunidad, por lo cual se concluyó que el proyecto de asesoramiento no está dirigido únicamente al

mercado de las personas obligadas a llevar contabilidad, sino también al de las no obligadas a llevar contabilidad.

3.- Actualmente en que rango se encuentra ubicado el nivel de sus ingresos mensuales?

Cuadro 2.19

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 100 a 300	20	7,19%
De 300 a 500	44	15,75%
De 500 a 1000	77	28,08%
De 1000 en adelante	134	48,97%
Total	275	100,00%

Fuente: **El autor.**

En la tercera pregunta se determinó cuáles son los nivel de facturación mensuales más altos que las micro empresas en el valle de Tumbaco tienen, ante lo cual el 28% de ingreso corresponde a aquellas empresas que facturan de 500 a 1000 y el 49% a las facturan de 1000 en adelante, siendo estos los ingresos más altos que llegan a cubrir el 77% del mercado, por lo cual se llegó a la conclusión que los rangos de ingresos que actualmente las micro empresas en el valle de Tumbaco tiene son beneficioso para el proyecto, ya que a mayores ingresos mayor será la posibilidad ofrecer nuestros servicios y mayores oportunidad de alcanzar las expectativas de rentabilidad planteadas.

4.- ¿En alguna ocasión usted ha acudido a alguna oficina de la zona, por el servicio de asesoría contable, tributario o financiero?

Cuadro 2.20

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	200	72,95%
NO	75	27,05%
Total	275	100,00%

Fuente: **El autor.**

Mediante la aplicación de la cuarta pregunta se llegó a determinar que en el valle de Tumbaco, el 73% de la población tienen la necesidad de un lugar donde presten el servicio de asesoramiento, mientras que el 27% no lo tiene, debido a que cuentan con propios departamentos contables, o tiene sus propios

contadores, o en muchos casos supieron manifestar que cuentan con la experiencia necesaria, por lo cual se llegó a la conclusión que la oportunidad del proyecto radica únicamente en el mercado de las personas que si necesitan de un centro donde presten el servicio de asesoramiento.

5.- ¿El servicio de asesoramiento que usted recibió fue?

Cuadro 2.21

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	12	6,10%
Muy bueno	24	12,21%
Bueno	130	64,79%
Regular	20	10,33%
Deficiente	14	6,57%
Total	200	100,00%

Fuente: **El autor.**

En la quinta pregunta, se llegó a determinar la calificación que las personas tienen de las actuales empresas asesoras, ante ello el 65% de la población creen que el servicio recibido es bueno, el 10% y el 7% piensan que es regular y deficiente mientras que el 12 %y el 6% afirman que el servicio es muy bueno y excelente respectivamente, por lo cual podemos observar que 82% del mercado no está conforme con el servicio que actualmente reciben debido a los niveles de calificación obtenidos, ante todo esto se llegó a la conclusión, que existe la oportunidad para que el proyecto ingrese al mercado ofreciendo un mejor servicio del que actualmente existe, es decir, cubriendo esas expectativas que los clientes esperan del servicio en un ciento por ciento.

6.- ¿Acudiría usted a un centro de asesoramiento de la zona por un servicio de tipo?

Cuadro 2.22

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Contable	61	24%
Tributario	157	60%
Financiero	36	14%
Otros	6	2%
Total	260	100,00%

Fuente: **El autor.**

Por medio de la sexta pregunta, se pudo determinar cuál de los servicios que la nueva empresa asesora ofrece, es el que más demanda tiene y a cuál priorizarlo para su atención, ante ello se determinó que el aspecto tributario con 43% de participación es el que más demanda tiene, seguido del aspecto contable con 37%, y por último el financiero con el 18%, por lo cual se llegó a conclusión que existe el 98% de posibilidad para que el proyecto ingrese al mercado ofreciendo los tres tipos de servicios mencionados, debido al gran interés observado tanto de las personas naturales como de las personas jurídicas.

7.- ¿Dónde le sería más conveniente a usted que la empresa asesora esté ubicada?

Cuadro 2.23

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Centro	134	67,14%
Norte	26	13,15%
Sur	40	19,72%
Total	200	100,00%

Fuente: **El autor.**

Mediante la aplicación de la séptima pregunta se llegó a determinar el 67% de los encuestados prefieran la ubicación en el centro de Tumbaco, el 13% lo prefieren en el norte y el 20% en el sur, por lo cual se llegó a la conclusión que la nueva empresa asesora funcionará en el centro de Tumbaco, sin embargo observando tales preferencias de las personas, el proyecto planteó una solución a dicho problema el cual fue solucionado mediante la aplicación de la octava pregunta, esta nueva forma de servicio que el proyecto implanta permitirá ofrecer el servicio de asesoramiento a los tres mercado encuestado sin ningún tipo de problema.

8.- ¿Le gustaría que la empresa le brinde los servicios de asesoramiento de una forma más personalizada?

Cuadro 2.24

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	78	39%
NO	122	61%
Total	200	100,00%

Fuente: **El autor.**

A través de la aplicación de la octava pregunta, se llegó a determinar que el 39% de la población estudiada, estaría dispuesta a que la empresa le ofrezcan los servicios de asesoramiento de una forma personalizada, es decir que el servicios se lo realice directamente desde el lugar de trabajo del cliente debido al problema del factor tiempo, este nuevo servicio implantado permite dar solución al problema de la pregunta anterior, “del lugar de preferencia de funcionamiento del centro”, sin embargo el 61% de la población no optaría por recibir este servicios más bien preferirían acudirían directamente al centro, por lo cual se llegó a la conclusión que el servicio de asesoramiento personalizado permitirá abrir nuevas oportunidades al proyecto. Sin embargo con el transcurso del tiempo se podría ver la posibilidad de poner oficinas en aquellos lugares alejados a la parroquia de Tumbaco que permitan mayor accesibilidad al servicio, permitiendo llegar al cliente de aquellas zonas.

9.- ¿Cuáles son las razones por las cuales usted optaría por el servicio de asesoramiento?

Cuadro 2.25

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Por una mejor transparencia	65	19,92%
Por reducir costos	4	1,02%
Por evitarse problema Legales	105	29,83%
Independ.en toma de decisiones	6	1,53%
Aprov. de los conocim expertos	65	17,88%
Crecimiento del giro del negocio	105	29,83%
Total	350	100,00%

Fuente: **El autor.**

En esta pregunta, se llegó a determinar que la mayoría de los encuestados, el 60% optaría por el servicio de asesoramiento por evitarse problemas legales con los organismos de control y por el crecimiento del giro del negocio, llegando a ser estas dos las prioridades más relevantes que el servicio tendrá, seguidamente podemos observar que el 38% optarían por este servicio, por tener una mejor transparencia del negocio y por el aprovechamiento de los conocimiento de los expertos en la materia, convirtiéndose de esta manera las principales razones de atención que el proyecto tendrá con sus clientes, por lo cual se llegó a la

conclusión que existe el interés tanto de las personas de cumplir estrictamente con la buena organización del negocio, por ende representando oportunidades.

10.- ¿Le gustaría participar semestralmente en cursos de capacitación donde le ayuden con sus dudas e inquietudes de su empresa o negocio?

Cuadro 2.26

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	261	95%
NO	14	5%
Total	275	100,00%

Fuente: **El autor.**

Por medio de la décima pregunta se pudo determinar que el 95% de los encuestados, tienen la disposición de participar en cursos de capacitación donde se los informe de las actuales obligaciones que tiene con los diferentes organismos de control, con el único objetivo de evitarse las sanciones pertinentes que puedan poner en riesgo el funcionamiento del negocio, mientras que el 5% no le gustaría participar debido a que cuenta con sus propios asesores, y por ende no hay ninguna necesidad ante ello se llegó a la conclusión, que el servicio que el proyecto pretende ofrecer genera una gran oportunidad para poder ganar mercado, por ello el servicio de capacitación será debidamente planificado conforme a las necesidades y horarios que los potenciales clientes dispongan. Los cursos de capacitación no tendrán ningún costo y serán de mayor prioridad para los clientes.

11.- ¿Si existiera una nueva empresa en el mercado que brinde el servicio de asesoramiento usted estaría dispuesto a optar por esta nueva empresa?

Cuadro 2.27

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	162	59%
NO	113	41%
Total	275	100,00%

Fuente: **El autor.**

A través de la décima primera pregunta, se llegó a la conclusión que el 59% de los encuestados, estarían dispuestos a contratar los servicios de asesoramiento en el caso que existiera una nueva empresa en el mercado, sin embargo 41% no lo haría, debido a que con anterioridad supieron manifestar que contaban con la ayuda de contadores o en muchos casos tenían sus propios departamentos contables y que realmente existe la conformidad y confianza con los mismos, ante lo cual se llegó a la conclusión que existe un gran porcentaje de aceptación que justifica la creación del proyecto. Sin embargo no se pierde la oportunidad de aumentar dicho porcentaje de aceptación conforme el proyecto se haga realidad y entre en funcionamiento en el mercado objetivo.

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un servicio de asesoramiento?

Cuadro 2.28

Servicio	Valor	Porcentaje
Tributario	De 5 a 10 dólares	80,00%
Contable	De 50 a 100 dólares	45,00%
Financiero	De 100 a 200 dólares	75,00%
Todos los anteriores	De 200 a 500 dólares	36,00%

Fuente: **El autor.**

En la décima segunda pregunta se pudo determinar el precio que las personas estarían dispuestas a pagar por cada uno de los servicios o por los tres servicios en uno solo. En el aspecto tributario estarían dispuestos a pagar de 5 a 10 dólares mensuales. Mientras que el aspecto contable pagaría de 50 a 100 dólares y por último en el aspecto financiero pagarían de 100 a 200 dólares. Sin embargo si combináramos los tres servicios tanto tributario, contable como financiero las personas pagarían de 200 a 500 dólares por todo, un porcentaje de aceptación que es algo justo en representación de rentabilidad que el proyecto estima. Los precios son referenciales al precio actual del mercado, a pesar de ello el servicio podría ir aumentando conforme el giro o el volumen de producción que tenga la empresa o negocio, aceptación y conformidad de la mayoría de las personas encuestadas.

2.4.8 Cálculo de la demanda

Para establecer la demanda actual se debe realizar una estimación de carácter cuantitativo basándose en la cantidad actual de micro empresarios a los cuales se pretende ofrecer el servicio de asesoramiento.

Los siguientes datos corresponde al nivel de demanda que la parroquia de Tumbaco tiene en relaciónal servicio de asesoramiento, datos que fueron tomados por medio de la aplicación de las encuesta de la pregunta número cuatro.

2.4.9 Demanda actual

CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA EN TUMBACO

Cuadro 2.29

DEMANDA POTENCIAL		REFERENCIA
Mercado	Tumbaco	
Total de la población analizada (N° Establecimientos en Tumbaco.)	1520	REF: Tamaño de muestra
Mercado objetivo (Micro empresas)	958	REF: Tamaño de muestra
(-) 27% que no necesita de un centro de asesoramiento.	259	REF: Encuesta pregunta 4
Poblacion primaria	699	
Demanda	699	

DEMANDA ANUAL	DEMANDA MENSUAL	DEMANDA DIARIA
8.388 Micro empresarios al año.	699Micro empresarios al mes.	23 Micro empresarios diario.

Fuente: El autor.

Análisis:

Por medio de los cálculos realizados se pudo determinar que 699 personas formarían parte del mercado potencia la cual se podría ofrecer el servicio de asesoramiento; es decir la demanda actual que al momento hay en la parroquia de Tumbaco.

2.4.10 Demanda proyectada

En el caso de la demanda proyectada, se deberá proyectar la demanda futura para el tiempo o periodo de evaluación del proyecto, que en este caso el centro de asesoramiento se lo realizara para 5 años.

Tasa de crecimiento anual de la parroquia de Tumbaco

Indicadores de población comparados 2001 - 2010. DMQ

INDICADOR	TOTAL DISTRITO		QUITO URBANO ⁴		QUITO RURAL ⁵	
	2010	2001	2010	2001	2010	2001
Censo						
Población	2'239.191	1'842.201	1'619.146	1'411.595	620.045	430.606
• Hombres	1'088.811	893.716	783.616	675.576	305.195	218.140
• Mujeres	1'150.380	948.485	835.530	725.128	314.850	223.357
Población proyectada al año 2011	2'305.475		1'658.809		646.666	
Población proyectada al año 2022	2'787.040		1'914.410		872.630	
Tasa de crecimiento (%) 2001-2010	2.2	2.6	1.5	2.2	4.1	4.8
Hogares Pobres (%)	12.8	22.2	11.2	19.9	17.3	30.1
Hogares en Extrema Pobreza (%)	2.3	8.2	1.7	5.9	4.1	15.3
Población pobre	360.399		236.698		123.701	
Población en extrema pobreza	71.040		39.518		31.522	

Fuente: Censos de Población y Vivienda, INEC. Elaboración: STHV-MDMQ

Administración Zonal	2010		2001		Aumento/ Disminución 2001-2010 %
	Población	%	Población	%	
Los Chillos	166.812	7.4	116.946	6.3	+ 1.1
Calderón	162.915	7.3	93.989	5.1	+ 2.2
Tumbaco	157.358	7.0	119.141	6.5	+ 0.5

Fuente: Censos de Población, INEC. Elaboración: STHV-MDMQ

Datos de la secretaria de territorio, hábitat y vivienda del Distrito Metropolitano

Según la proyección de población que maneja la Secretaria de Territorio, Hábitat y Vivienda del Distrito Metropolitano la zona de Tumbaco es la que mayor tasa de crecimiento poblacional que al momento se tiene con el 5,18% cada año.

Datos de la administración zonal de Tumbaco

La población crece un 5% cada año. La administración zonal Tumbaco es el sector del Distrito Metropolitano de Quito en el que se registra el mayor crecimiento poblacional. Según los datos del Municipio, hay una población de 157 358 habitantes en esta administración. Esta cifra representa el 7% de la población de Quito. Sin embargo, su crecimiento es dos veces mayor. La población crece a un ritmo del 5% anual.

POBLACION PARROQUIA DE TUMBACO

Cuadro 2.30

POBLACIÓN DE LA PARROQUIA DE TUMBACO						
Porroquia rural	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tasa de crecimiento anual (%)	3,10	5,18	5,18	5,18	5,18	5,18

Fuente: Secretaria de territorio, hábitat y vivienda del Distrito Metropolitano

Para la proyección a partir del año 1 y hasta el año 5 utilizamos la tasa de crecimiento poblacional del 5,18%, basándose en el método de valor futuro por el número de años planteados para el proyecto.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO

Cuadro 2.31

AÑO	VA	TASA DE CRECIMIENTO (5.18%)	DEMANDA ANUAL
Año 1	8.388	$(1+0.0518)^1$	8.822
Año 2	8.388	$(1+0.0518)^2$	9.280
Año 3	8.388	$(1+0.0518)^3$	9.760
Año 4	8.388	$(1+0.0518)^4$	10.266
Año 5	8.388	$(1+0.0518)^5$	10.798

Fuente: El autor

Análisis:

Por medio de los cálculos realizados a través de la aplicación de la fórmula de valor futuro podemos observar la demanda que el proyecto tendrá en los diferentes años hasta completar el período de evaluación que en este caso es de cinco años, sin embargo se estima que este porcentaje a partir del sexto año siga aumentando cada vez más y más.

Mediante la tabla gráfica se puede apreciar la demanda año a año, la cual va aumentándose considerable debido a la actual tasa de crecimiento con la que cuenta la parroquia.

Cabe mencionar que la actual tasa de la parroquia de Tumbaco es la más alta a nivel de tasas rurales, sin embargo es un aspecto positivo ya que a mayor demanda mayor será la posibilidad de ofrecer nuestros servicios a las diferentes personas de la Parroquia.

2.5 LA OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposiciones del mercado a un precio determinado.²⁴

Se le conoce a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que se encuentran en circulación en el mercado por parte de los productores a precios que varían pero conservan una relación entre sí.

En el presente caso la oferta es el servicio de asesoramiento que se pretende ofrecer a los diferentes microempresarios del valle de Tumbaco.

Es importante estudiar el comportamiento de los oferentes del servicio de asesoramiento de la parroquia de Tumbaco, para poder determinar si existe un alto grado de competencia y así poder relacionar la oferta y la demanda con la finalidad de obtener una información adecuada para considerar la factibilidad de la implementación de proyecto, es necesario conocer las características con las que se manejan dentro del mercado.

2.5.1 Análisis de la oferta actual

Competencia directa

Tumbaco es una parroquia estratégica para el emprendimiento de nuevos negocios y muy cotizada para la generación de los mismos.

Actualmente en la parroquia de Tumbaco existen tres empresas principales que ofrecen el mismo servicio, los cuales se convierten en nuestra competencia directa y la actual parte ofertante del mercado.

²⁴ Baca Urbina, Obra citada, pág. 48

1.- Empresa asesora “MOLLSERVICIOS CONTABLES”

Es la empresa de asesoramiento más chica de la parroquia de Tumbaco, abarca un pequeño porcentaje de posicionamiento dentro del mercado, su capacidad de prestación de servicios no va más allá de 130 personas mensualmente, aunque para el mercado es un porcentaje muy pequeño, realmente es un gran número de personas al que presta el servicio.

Esta empresa se dedica en mayor porcentaje a la impresión de facturas, planos y a la asesoría de impuestos debido a que es una imprenta autorizada por el Servicio de Rentas Interbas (SRI) y en una pequeña parte a la asesoría contable financiera.

Esta empresa se encuentra ubicada en la parroquia de Tumbaco entre la avenida Interoceánica y Gasar de Carvajal esquina.

(Anexo 4)

2.- Empresa Asesora “NEGOCIOS Y SERVICIOS”

Esta es una empresa que se dedica a la prestación de servicios de asesoramiento a las diferentes microempresas en el valle de Tumbaco y sus alrededores, esta empresa está en capacidad de prestar sus servicios a más de 120 personas mensualmente.

Se pudo determinar que en esta empresa, el 20% de la prestación de sus servicios están enfocados fuera de la parroquia a las diferentes parroquias aledañas a la misma y el 80% dentro, es decir presta sus servicios a 120 personas.

Esta empresa se encuentra ubicada en la parroquia de Tumbaco entre la avenida Gonzalo Pizarro y Fray Gonzalo Vera esquina en el segundo piso.

(Anexo5).

3.- Empresa asesora “BEJARANO Y JIBAJA”

Es la empresa de asesoramiento mas grandes que actualmente tiene la parroquia de Tumbaco, abarca un gran porcentaje de posicionamiento en el mercado, considerandose como la pionera, tiene una capacidad de prestar sus servicios a mas de 150 personas mensualmente.

La prestación de los servicios de esta empresa están principalmente orientados a las personas que radican al alrededor de la parroquia en un 90% y un 10% a los alrededores. Esta empresa se encuentra ubicado en la parroquia de Tumbaco entre la avenida Gonzalo Pizarro y Francisco de Orellana.

(Anexo 6)

2.5.1.1 Cuantificación de la oferta

La cuantificación de la oferta se lo realiza mediante el número de empresas que ofrecen los mismos servicios, en este caso las tres empresas antes mencionadas.

OFERTA CUANTIFICADA

Cuadro 2.32

NOMBRE - EMPRESA	SERVICIOS
Empresa Asesora “ MALLSERVICIOS CONTABLES”.	130
Empresa asesora “NEGOCIOS Y SERVICIOS”.	120
Empresa Asesora “BEJARANO Y JIBAJA ASESORES”.	150
Empresas Varias en el mercado de Tumbaco	60
TOTAL	460

AÑO	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
2012	460	5.520

Fuente: El autor

ANÁLISIS

Podemos observar que las tres empresas asesoras que actualmente existen en el mercado de Tumbaco, ofrecen sus servicios a 460 personas mensuales y al año a 5.520 personas.

2.5.2 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta a partir del primer año y hasta el año 5 se utilizará la tasa de crecimiento económico per capital estimada para cada año a partir del 4,244% del año 2011, basándonos en el método de valor futuro por el número de años planteados para el proyecto.

PORCENTAJES DE PROYECCION DE LA OFERTA

Cuadro 2.33

AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
4,244	4,3540	4,4640	4,5740	4,6840	4,7940	4,9040

Fuente: Banco central de Ecuador <http://www.bce.fin.ec>

Previsiones de crecimiento del BCE

	2012	2013	2014	2015
Inflación promedio del período	5,14%	3,82%	3,75%	3,67%
Crecimiento real PIB	5,35%	4,37%	3,26%	3,28%
Crecimiento real PIB no petrolero	6,10%	4,50%	3,16%	4,21%
Crecimiento real PIB petrolero	0,28%	3,39%	3,97%	-3,38%
PIB nominal (millones dólares)	71,625.4	77,454.1	83,321.6	88,728.3
PIB ramas petroleras	10,164.9	9,895.4	10,747.6	11,056.1
PIB ramas no petroleras	61,460.5	67,558.7	72,574.1	77,672.2
Tasa de variación del deflactor del PIB	3,10%	3,61%	4,18%	3,11%
DEMANDA AGREGADA (%)				
CONSUMO FINAL TOTAL	4,74	4,11	3,81	3,62
Administraciones públicas	3,72	3,66	2,02	1,82
Hogares	4,87	4,16	4,04	3,85
FORMACION BRUTA DE CAPITAL FIJO	5,33	4,02	4,65	3,8
IMPORTACIONES	3,96	2,95	2,97	4,58
EXPORTACIONES	2,95	8,47	2,56	4,81

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaboración: Autores

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIOS EN TUMBACO

Cuadro 2.34

AÑO	VA	TASA DE CRECIMIENTO (3,7%)	OFERTA ANUAL
Año 1	5.520	$(1+0.04464)^1$	5.766
Año 2	5.520	$(1+0.04574)^2$	6.037
Año 3	5.520	$(1+0.04684)^3$	6.333
Año 4	5.520	$(1+0.04794)^4$	6.657
Año 5	5.520	$(1+0.04904)^5$	7.013

Fuente: El autor

Análisis:

Por medio de los cálculos realizados a través de la aplicación de la fórmula del valor futuro, podemos observar el comportamiento de la oferta, que el proyecto tendrá en los diferentes años de evaluación.

2.6 CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

Es importante y necesario para el desarrollo del proyecto conocer la demanda insatisfecha, la misma que se puede obtener a través de la resta entre la demanda proyectada y la oferta proyectada obteniendo un resultado que permitirá analizar y determinar el nivel de demanda insatisfecha que existe en el valle de Tumbaco, la misma que podrá ser cubierta por nuestro servicio.

DEMANDA INSATISFECHA

Cuadro 2.35

DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
Año 1	8.822	5.766	3.056
Año 2	9.280	6.037	3.243
Año 3	9.760	6.333	3.427
Año 4	10.266	6.657	3.609
Año 5	10.798	7.013	3.785

Fuente: El autor

2.7 DEMANDA QUE SERÁ CUBIERTA POR EL PROYECTO

La demanda que el proyecto capte dependerá de la capacidad de la empresa, en cuanto al número de personas que trabajen en ella, las mismas que contarán con un alto grado de conocimiento relacionado al servicio propuesto, por lo cual la demanda que el primer año tendrá el proyecto es de 3.056 personas anualmente y 255 mensualmente, siendo un número grande de mercado al cual poder enfocar nuestros servicios.

2.8 PLAN DE MERCADEO

Para lo cual la empresa asesora tendrá el siguiente nombre y su correspondiente eslogan con el cual venderá sus servicios.

2.8.1 Nombre del servicio

El nombre del servicio es esencial ya que con un buen nombre el cliente tiene una buena imagen del servicio, para la selección de este se ha escogido un nombre que proyecte una imagen a los futuros clientes que sea fácil de recordarlo, es así que fusionaremos dos palabras “asesoria y contabilidad”.

“ASESORYCONT”

Este nombre fue selecto con la finalidad de captar la atención del mercado ya que se ofrecerá un servicio conocido, lo que buscamos con el nombre es proyectar a nuestros futuros clientes un servicio llamativo, capaz de ofrecer innovación y calidad generado desde el inicio un nombre que de seguridad, confianza y mas que todo la seriedad que buscan de una empresa. Una vez elegido el nombre del servicio es también importante la selección de un eslogan y un logotipo representativo que vaya conforme al nombre y a la prestación del servicio.

2.8.2 Eslogan

Con el eslogan proyectamos una idea del servicio que se quiere vender.

“ Centro de soluciones contables ”

2.8.3 Logotipo

El logotipo de nuestro servicio debe ser capaz de llamar la atención con tan solo mirarlo, sin ser complejo y proyectando específicamente al servicio, lo que se busca con el logotipo es que el clientes con tan solo ver el dibujo o los colores sean capaces de reconocer la marca y de que empresa se trata.



El logotipo esta constituido por dos letras CS, las cuales significa centro de soluciones las mismas que cuentan con dos colores representativos el color verde honor al color del dinero y el azul debido al significado que transmite: tranquilidad y confianza.

Valores corporativos

2.8.4 Misión

Brindar un servicio de asesoramiento enmarcado en la calidad, responsabilidad y cumplimiento de las normas, que brinden un alto grado de satisfacción en nuestros clientes y que esto a su vez se traduzca en la generación de resultados financieros superiores y remuneraciones competitivas a nuestros trabajadores.

2.8.5 Visión

ASESORYCONT, en los próximos cinco años se constituirá como uno de los referentes en asesoramiento contable, tributario y financiero, reconocida a nivel nacional por proveedores, clientes y empleados.

2.8.6 Valores

Los Valores Corporativos que guiarán el actuar de ASESORYCONT son

- Calidad
- Trabajo en Equipo
- Responsabilidad
- Innovación
- Capacitación

Calidad

El servicio que presta ASESORYCONT se basa en la eficiencia y eficacia que cada colaborador transmite al cliente, haciendo que éste se sienta satisfecho y respaldado ante cualquier eventualidad.

Trabajo en equipo

Para la prestación de los servicios, es imprescindible la colaboración de todo el equipo de trabajo, ya que, gracias a la sinergia lograda en conjunto podrá encontrarse las soluciones más adecuadas a cada uno de los problemas que los clientes generen.

Responsabilidad

Para lograr un servicio de calidad es necesario que la persona o personas encargadas de atender a un cliente específico tengan la suficiente capacidad para tomar decisiones, lo cual se reflejara en la responsabilidad de su trabajo y de lograr un rendimiento acorde a las expectativas de los clientes internos y externos.

Innovación

Gracias al vertiginoso desarrollo de la tecnología, las empresas deben buscar una constante evolución en sus sistemas y procesos, esencialmente para mejorar el servicio a prestar o el bien a producir; debido a esto ASESORYCONT estará atenta a los cambios que surjan en el mercado, para acoplarse y tomar ventaja de los mismos.

Capacitación

La capacitación es una fortaleza de las empresas ya que la gente con un conocimiento más amplio podrá responder en forma eficiente ante los problemas; por lo que, para ASESORYCONT la constante capacitación será una de las mejores cartas de presentación frente a la competencia.

2.8.7 Matriz FODA

Aplicaremos un análisis FODA ya que es un instrumento esencial que ayuda a determinar las herramientas necesarias para desarrollar un proceso de planeación estratégica, a través de la recopilación de la información requerida para la implantación de acciones y medidas correctivas a favor del proyecto.

Para la aplicación de la matriz FODA debemos seguir procesos de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, así también como los diferentes factores que pueden influenciar en el análisis de manera directa e indirecta.

Fortalezas

- Valor agregado a la prestación del servicio.
- Instalaciones adecuadas.
- Personal altamente capacitado

Oportunidades

- Cercanía al mercado objetivo.
- Mercado potencialmente demandante .
- Variaciones de las legislaciones y leyes ecuatorianas.
- Impulsos por parte del gobierno al sector de las PYMES

Debilidades

- Requerimiento de capital.

Amenazas

- Existencia empresas en el mercado que se dedican a la prestación del mismo servicio.
- Altos costos por interés.

2.8.8 Métodos para el cálculo del precio

Generalmente se conoce como precio a la recompensa que se obtiene por la venta de un bien o servicio, no siempre el valor que se cancela por este tipo de trueque será cubierto por un valor monetario, sin embargo es el método más común y utilizado.

Seleccionar un precio base con el cual se parta para ser comercializado un cierto producto no es muy sencillo, pero existe varias alternativas en las cuales nos enfocaremos para poder determinar el precio.

- Identificación del mercado
- Determinación de la demanda.
- Selección de las políticas de precio

Así como hemos tomado en cuenta estas etapas, también analizaremos las condiciones bajo las cuales realizaremos la venta de nuestro servicio, y de esta manera definir cada condición que se aplicara en lo relacionado al precio y los descuentos de acuerdo al nivel de adquisición de nuestro servicio.

ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

Cuadro 2.36

NOMBRE - EMPRESA	TRIBUTARIO	CONTABLE	FINANCIERO
Empresa: "Mallservicios Contables."	15	150	160
Empresa: "Negocios y Servicios."	15	130	150
Empresa Asesora "Bejarado y Jibaja".	15	150	%
TOTAL	45	430	310

Fuente: Por el autor

(Anexo 7)

El precio promedio de venta con el cual se comercializacada servicios en la Parroquia de tumbaco son los siguientes:

Tributario 15,00 dolares

Contable 143,00 dólares.

Financiero 155,00 dólares.

Se puede observar que no existe gran diferencia en los precios de cada uno de los servicios que las diferentes empresas ofrecen, permitiendo que, el proyecto pueda ofrecer precios accesibles en relación a la competencia.

2.9 COMERCIALIZACIÓN

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.”²⁵

2.9.1 Canales de distribución

Productores- consumidores: Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos; también las ventas por correo. Aunque por esta vía el producto cuesta menos al consumidor, no todos los fabricantes practican esta modalidad ni todos los consumidores están dispuestos a ir directamente a hacer la compra.

Productores- minoristas - consumidores: Es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.

²⁵Baca Urbina, Obra Citado pág. 57

Productor – mayorista - minorista – consumidor: El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados; este tipo de canal se da en las ventas de medicina, ferretería, madera, etc.

Productores - agentes - mayoristas – minoristas - consumidores: Aunque es el canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen. De hecho, el agente en sitios tan lejanos lo entrega en forma similar al canal y en realidad queda reservado para casi los mismos productos, pero entregado en zonas muy lejanas.

26

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO

Para la realización del presente proyecto se utilizará el canal de productores consumidores como el principal medio para la comercialización del servicio.

Strategies de marketing

Marketing Mix



Producto o servicio: En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que

²⁶ Baca Urbina, Obra citada, pág. 59

puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

Precio: Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento del mix de marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costes. Por otro lado, se debe saber que el precio va ínter ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad).

Plaza o distribución: En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma.

Promoción: Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales (cómo es la empresa=comunicación activa; cómo se percibe la empresa=comunicación pasiva). La mezcla de promoción está constituida por promoción de ventas, Fuerza de venta o venta personal, publicidad y relaciones públicas, y comunicación interactiva (Marketing directo por mailing, catálogos, webs, telemarketing, etc.).²⁷

²⁷http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia 2013

2.9.2 Estrategias de Marketing:

Producto:

En el caso de ASESORYCONT, el objetivo será dar a conocer a todas las personas los servicios que esta nueva empresa puede ofrecerles, los cuales permitirán satisfacer sus necesidades, para lo cual la empresa pondrá a disposición una serie de servicios tales como:

- Asesoramiento fiscal
- Asesoramiento financiero
- Contabilidad general
- Reclamos tributarios
- Declaraciones del SRI
- Anexos REOC
- Anexos gatos personales
- Declaraciones de gastos personales
- Declaraciones patrimoniales
- Actualizaciones y obligaciones en
- Ministerio de Trabajo.
- IESS

Es importante determinar que por medio de las sugerencias emitidas por las personas, se podrá ir implementando nuevos servicios para la mayor satisfacción de los mismos, permitiendo de esta manera ganar mayor aceptación al proyecto.

Precio:

ASESORYCONT al ser una empresa que busca obtener rentabilidad en el corto, mediano y largo plazo, brindará un servicio a medianas y pequeñas empresas a un precio razonable, para de esta manera ser competitivos en el mercado, por lo cual mencionaremos las estrategias que la empresa aplicará:

- Análisis en relación de precios de la competencia para mantenernos en un 5% bajo el precio de la competencia, durante un año como estrategia de introducción al mercado.
- Realizar descuentos de acuerdo al tipo de servicio, a los clientes mas frecuentes.
- Realizar promociones de paquetes contables completos a menores precios.

Cabe mencionar que los precios estarán de acuerdo al movimiento económico de las compañías y al nivel de transaccionalidad de cada una de estas, por tanto los principales precios serían:

1.- Para reclamos tributarios concernientes a devolución de impuestos como el IVA, exportaciones, devolución de pago en exceso del Impuesto a la Renta o devoluciones por pagos indebidos los precios se encuentran regidos por porcentajes sobre el monto de reclamación, mismos que en promedio son:

PRECIOS DE LOS SERVICIO EN DEVOLUCIONES

Cuadro 2.37

RANGO	COSTO (EN PORCENTAJE)
Menos de USD \$ 1.000	USD \$ 30
De USD \$1.001 a USD \$ 5.000	8% del monto del reclamo
De USD \$5.001 a USD \$ 10.000	6% del monto del reclamo
De USD \$10.001 a USD \$ 50.000	5% del monto del reclamo
De USD \$50.000 en Adelante	4% del monto del reclamo

Fuente: Por el autor

Los cuadros que a continuación se detallan corresponde a la valores de aceptación del mercado sin embargo estos puede varias conforme el volumen de producción del negocio.

2.- Para declaraciones de impuestos y declaraciones de Impuesto a la Renta, los precios se encuentra regidos así:

PRECIOS DE LOS SERVICIO EN DECLARACIONES

Cuadro 2.38

SERVICIO	COSTO (USD \$)
Declaración Impuestos IVA	USD \$ 10,00
Declaración Impuestos Retención Renta	USD \$ 25,00
Declaración del Impuesto a la Renta	USD \$ 25,00
Anexo de Gastos Personales	USD \$ 35,00

Fuente: Por el autor

3.- En cuanto a los servicios contable y financiero, el costo dependerán mucho del nivel de ingresos y transaccionalidad de los negocios tengan, sin embargo los precios serán los siguientes:

PRECIOS DE LOS SERVICIO EN CONTABILIDAD

Cuadro 2.39

SERVICIO	COSTO (USD \$)
Servicio Contable	USD \$ 120,00
Servicio Financiero	USD \$ 150,00
Gestiones Administrativos, Tributarios y legales	USD \$ 35,00
Gestiones con el IESS	USD \$ 35,00
Declaraciones Patrimoniales	USD \$ 150,00

Fuente: Por el autor

Plaza:

Las estrategias de plaza que ASESORYCONT plantea es estar en relación con las ventajas de la cercanía al mercado por lo cual:

- El centro de asesoramiento estará ubicado en el centro de la parroquia de Tumbaco.
- El centro contará con una atmósfera de tranquilidad a través de un ambiente idóneo laboral.
- Las ventas se realizarán directamente al cliente, es decir el servicio personalizado.
- Organizar un canal de ventas externo o consolidar la fuerza de ventas propia, con diferentes Instituciones.

Promoción:

En el caso de ASESORYCONT, buscará a través del marketing de servicios, crear conciencia e interés en el servicio de asesoramiento, especialmente al mercado objetivo.

- Dar a conocer a las personas sobre el nuevo centro de asesoramiento mediante los diferentes medios de comunicación como son radio, televisión e Internet.
- Diseñar una página web para que las personas puedan conocer los servicios que el centro ofrece, así también para dar sus opiniones y sugerencias.
- Asistir a eventos sociales, culturales a aquellos que los microempresarios concurren, para de esta manera generar una interacción y permitir de esta manera concretar futuras asesorías.
- Brindar un servicio que supere las expectativas de los clientes, para generar por medio de ellos publicidad directa de nuestros servicios.
- Dictar semestralmente cursos informativos de las actuales obligaciones que tiene con los diferentes órganos reguladores.
- Por medio de las diferentes instituciones públicas del sector dar a conocer nuestros servicios a las personas.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

ESTUDIO TÉCNICO

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, este debe ser tal que solo cubra un bajo porcentaje de la primera, no más de 10%, siempre y cuando haya mercado libre. Cuando el régimen sea Oligopólico no se recomienda tratar de introducirse al mercado, a menos que existan acuerdos previos con el propio oligopólico acerca de la repartición de mercado existente o del aseguramiento del abasto en las materias primas.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Cuando se dice tamaño de un proyecto se hace referencia al volumen o la capacidad de producción que tiene una empresa.

Al referirse también al tamaño del proyecto es necesario enunciar ciertas diferencias que existen, pues teóricamente se habla de capacidad instalada pero es muy importante también rescatar que existe una capacidad real dentro de cada empresa.

La determinación del tamaño de proyecto es uno de los factores más importantes dentro de su realización ya que aquí se podrá analizar diferentes factores de importancia, así como los nivel de inversiones y los costos que se producirán dentro del proyecto, para de esta manera determinar la rentabilidad y por ende su viabilidad.

3.1.1 Factores del tamaño del proyecto

- Demanda esperada
- Disponibilidad de equipos
- Disponibilidad del recurso humano
- Acceso a la tecnología
- Financiamiento necesario de acuerdo al costo total del proyecto
- Servicios de reparación y mantenimiento de los equipos.

3.1.1.1 Demanda esperada

El análisis de la demanda esperada es uno de los factores fundamentales para determinar el tamaño del proyecto, ya que por medio de esta se podrá saber si el proyecto cumple con la condición, que la demanda sea superior al tamaño propuesto.

La amplia demanda con la que cuenta el proyecto que fue determinada por la investigación del mercado a través de las encuestas, no es un factor limitante ya que su aceptación es del 59% es decir 8.388 personas al año. La duración del proyecto está estimada en 5 años esperando tener año a año un crecimiento favorable.

Como se ha manifestado esta condición no representa un limitante para el desarrollo del proyecto, lo cual permite continuar con el análisis de los demás factores.

Demanda que será captada por el proyecto

La demanda que el proyecto capte dependerá de la capacidad de la empresa en cuanto al número de personas que trabajen en ella, por lo cual la demanda que el primer año tendrá el proyecto es de 1.528 personas anualmente y 127 mensualmente, siendo un número grande de mercado al cual poder enfocar nuestros servicios.

3.1.1.2 Disponibilidad de equipos y materiales.

En el mercado existen varias empresas donde se pueden adquirir los equipos y materiales necesarios para el funcionamiento del centro de asesoramiento, cabe mencionar también que las empresas que venden estos equipos cuentan con la calidad necesaria.

3.1.1.3 Disponibilidad del recurso humano.

Actualmente en el Ecuador existen muchas personas capacitadas que pueden ofrecer sus servicios profesionales, por lo cual la selección del personal que formará parte del centro de asesoramiento se realizará a través de un proceso de selectivo, el mismo que tendrá como primer paso estrategias para el reclutamiento del personal y de esta manera continuar con el proceso hasta concluir con la selección, cabe señalar que se realizará también una evaluación del desempeño laboral determinando si las habilidades que dispone el personal involucrado están acorde con las funciones del lugar de trabajo.

Para el funcionamiento del centro de asesoramiento será necesario contar con 5 personas, este factor no representa ser un limitante para la realización del proyecto ya que en el Ecuador existe una gran cantidad de personal calificado en diversas áreas.

3.1.1.4 Acceso a la tecnología.

Actualmente vivimos en un mundo en el que la tecnología avanza constantemente por lo que este no es un factor limitante para el desarrollo del proyecto, ya que en el mercado existen varias empresas que trabajan con la mejor tecnología y por ende ofrecen equipos de igual manera con la tecnología. Es muy importante decir también que estas empresas cuentan con varios equipos por lo que no representaría tampoco un limitante al suponer que no se pueda contar con los equipos en determinados momentos.

3.1.1.5 Financiamiento necesario de acuerdo al costo total del proyecto.

Se determinó que el financiamiento del proyecto será llevado tanto por los socios como también por medio de un préstamo bancario en el Banco del Pacífico ya que luego de realizar el análisis respectivo de las diferentes entidades bancarias del país, se determinó que el Banco del Pacífico es el que concede préstamos a sus clientes para actividades económicas a una tasa de interés razonable. Dichos valores cubrirán el costo total del proyecto desde y hasta el inicio de la prestación del servicio.

3.1.1.6 Servicios de reparación y mantenimiento de los equipos.

Es muy importante analizar el servicio de reparación y mantenimiento de los equipos que requiere el centro de asesoramiento, los cuales deben sean los más accesibles y disponibles, ante lo cual este factor no representa ningún tipo de problema para el desarrollo del proyecto, ya que las mismas empresas que ofrecen los equipos cuentan con centros técnicos a donde se puede recurrir en caso de necesitarlo.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La localización óptima del proyecto contribuye en gran parte para poder lograr la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario al mínimo. La localización del proyecto es un paso muy fundamental para el desarrollo del mismo, ya que permite determinar las ventajas y desventajas que tiene el sector, las que a simple vista no se las podía identificar, por lo cual el presente trabajo investigativo, se desarrollará físicamente en la parroquia de Tumbaco, como se lo había mencionado inicialmente.

Objetivos del estudio tecnico

El objetivo del estudio de la localización del proyecto, es determinar la mejor ubicación para su funcionamiento, permitiendo que la misma opere en el mercado a menores costos.

Es necesario analizar diferentes factores para determinar la localización como: vías de acceso, disponibilidad de personal, presupuesto entre otros, de acuerdo al tipo de servicio que se va a ofrecer.

3.2.1 Macro localización

Se le conoce a la macro localización como el área donde se ubica el proyecto, este estudio tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para su desarrollo, cubriendo las exigencias que requiere.

Para lo cual nuestra macrolocalización será en Ecuador, en la provincia de Pichincha, en la parroquia de Tumbaco, una vez analizado este componente es de mucha importancia analizar los sectores y poder especificar los factores que benefician el desarrollo del proyecto y los motivos por los cuales se ha elegido ese lugar.

(Anexo 8)

Factores de la Macro localización que se han tomado en cuenta:

- Cercanía de los proveedores: para un mejor desempeño
- Disponibilidad de personal: la empresa deberá estar situada donde exista disponibilidad de personal cuando haya que contratar.
- Servicios básicos.- debe estar localizada en un lugar donde se cuente con los principales servicios básicos como luz, agua, teléfono, internet.

Tumbaco es una de las parroquias más bendecidas por su clima y ubicación, esto ha hecho que sea uno de los lugares más cotizados para emprender nuevos negocios.

3.2.2 Micro localización

La Micro localización consiste en determinar el lugar exacto en donde se ubica el proyecto.

Para la localización del proyecto se ha tomado en cuenta también que al ser este un centro de asesoramiento, sus servicios no está únicamente orientados a la parroquia de Tumbaco sino también a las parroquias aledañas a la misma, ante ello se determinó que el mejor sitio para ubicar el proyecto es en la zona del valle de Tumbaco esta entre las calles Gonzalo Pizarro o la Simón bolívar, ya que estas dos alternativas son las que están más cerca al lugar comercial de la parroquia con tan solo 5 minutos de distancia, además que el lugar cuenta con la infraestructura necesaria, con el personal calificado de la zona, llegando a ser el lugar más estratégico para su ubicación.

(Anexo 9)

Matriz de micro localización

Para la determinación del centro de asesoramiento se utilizó la matriz ponderada de factores, este método consiste en clasificar en una lista los factores más relevantes dentro del proyecto en tres categorías básicas, asignando una respectiva calificación, a continuación los factores:

Factores críticos (decisivos o imprescindibles)

Factores no críticos (importantes)

Factores coadyuvantes (adicionales)

Ya establecidas las categorías básicas se les debe asignar pesos o importancias relativas, para la determinación de la localización del proyecto se comparará entre tres sitios:

El primero que se lo denominará como la alternativa "1"

El segundo se lo denominará como la alternativa "2",

EL tercero como la alternativa "3".

3.2.2.1 Factores para determinar la micro localización del proyecto

Se ha considerado los siguientes factores: tamaño de la Instalación, precio de las instalaciones, seguridad en el sector, disponibilidad del recurso humano en el sector, proximidad con el mercado objetivo, disponibilidad de servicios básicos, disponibilidad de servicios institucionales públicos, disponibilidad de servicios bancarios, factibilidad de transporte, existencia de centros de reparación de equipos y la disponibilidad de materiales.

1.- Tamaño de la instalación: es muy importante contar con un lugar espacioso para una mejor prestación del servicio.

2.- Precio de las instalaciones: contar con un valor bajo de renta beneficiará mucho al proyecto.

3.- Seguridad en el sector: es muy importante ubicarse en un sitio seguro , para prevenir robos de los equipos de computación, oficina y archivos de la empresa.

4.- Proximidad con el mercado objetivo: estar mas cerca al mercado representara una gran oportunidad de accesibilidad al servicio.

5.- Disponibilidad de servicios basicos: Se debe contar con la disponibilidad de los servicios básicos como agua, luz, teléfono e internet, lo que ayudaría enormemente a dar a conocer nuestros servicio en todo lugar.

6.- Disponibilidad de instituciones públicas y bancos: es de mucha importancia estar cerca a estas Instituciones ya diariamente se tramita con las mismas.

7.- Factibilidad de transporte: Se debe ubicar en el lugar céntrico donde exista movimiento y líneas de transporte para facilitar el trabajo del personal al momento de ingresar a sus actividades diarias.

8.- Existencia de centros de reparación: es de mucha importancia contar con la presencia cercana de estos centros en el caso de necesitarlos.

9.- Disponibilidad de materiales: son de importancia al momento de requerir suministros para la oficina.

Alternativas

Los tres lugares que ASESORYCONT ha elegido para realizar la calificación correspondiente a la localización de las instalaciones de nuestra microempresa son:

Alternativa 1: Tumbaco Av: Simón Bolívar y Gonzalo Pizarro siendo las dos avenidas principales y las mas comercializadas son la principal alternativa, la primera se encuentra a una cuadra del parque y la segunda a dos cuadras a 5 minutos de distancia.

(Anexo 10)

Alternativa 2: Tumbaco en el sector de la Villa Vega es un lugar que a su alrededor radica muchas actividades comerciales de los pequeños negocios esta junto a la avenida principal la Av. Intereocanica km 50 a tan solo 10 minutos de distancia del parque central.

(Anexo 11)

Alternativa 3: Tumbaco en el sector del Arenal es otro de los lugar comercial, se podria decir que es mas comercial que la alternativa dos debido a que existen muchos mas negocios a su alrededor, de igual manera esta ubicado en la avenida principal la av. Intereocanica Km 52 a 15 minutos de distancia del parque de la Parroquia.

(Anexo 12)

TABLA DE CATEGORÍAS DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN
Cuadro 3.1

CATEGORÍAS DEL FACTOR	PESO O IMPORTANCIA RELATIVAS
Factores críticos o imprescindibles	80%
Tamaño de la instalación	15%
Precio de las instalaciones	8%
Seguridad en el sector	10%
Disponibilidad del recurso humano en el sector	8%
Proximidad con el mercado objetivo	12%
Disponibilidad de servicios básicos	8%
Disponibilidad de servicios institucionales publicas	9%
Disponibilidad de servicios bancarios	10%
Factores no críticos o importantes	15%
Factibilidad de transporte	5%
Existencia de centros de reparación de equipos	5%
disponibilidad de materiales	5%
Factores coadyuvantes o adicionales	5%
Disponibilidad de servicios de salud	2,5%
Proximidad a restaurantes	2,5%
TOTAL	100%

Fuente: Barreno Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos

Elaboración: Por el Autor

Una vez que se ha establecido los pesos relativos de cada factor de localización se califica a cada uno de los sitios, asignando valores específicos que van desde 1 a 10 para determinar cuál es la alternativa que tuvo mayor puntaje.

TABLA DE CATEGORÍAS DEL FACTOR DE LOCALIZACION
Cuadro 3.2

Categorías del factor del localización	Puntaje alternativa 1	Puntaje alternativa 2	Puntaje alternativa 3
Factores críticos o imprescindibles	76	74	72
Tamaño de la instalación	9	9	8
Precio de las instalaciones	9	8	9
Seguridad en el sector	10	9	9
Disponibilidad del recurso humano en el sector	10	10	10
Proximidad con el mercado objetivo	10	10	9
Disponibilidad de servicios básicos	10	10	9
Disponibilidad de servicios institucionales publicas	8	8	8
Disponibilidad de servicios bancarios	10	10	10
Factores mas críticos o importantes	28	28	28
Factibilidad de transporte	10	10	10
Existencia de centros de reparación de equipos	9	9	9
disponibilidad de materiales	9	9	9
Factores coadyuvantes o adicionales	18	18	18
Disponibilidad de servicios de salud	8	8	8
Proximidad a restaurantes	10	10	10
TOTAL	122	120	118

Fuente: Barreno Luis, manual de formulación y evaluación de proyectos

Elaboración: Por el Autor

Ya establecido la calificación correspondiente a cada uno de los factores de cada lugar, se procederá a la ponderación de los mismos para poder determinar cuál es la alternativa que más conviene al proyecto.

MATRIZ PONDERADA DE LOS FACTORES DE LOCALIZACION

Cuadro 3.3

Factor Relevante	Peso del factor	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Calificación	Porcentaje ponderado	Calificación	Porcentaje ponderado	Calificación	Porcentaje ponderado
Factores críticos o imprescindibles	80%	76	7,59	74	7,41	72	7,14
Tamaño de la instalación	15%	9	1,35	9	1,35	8	1,20
Precio de las instalaciones	8%	9	0,72	8	0,64	9	0,72
Seguridad en el sector	10%	10	1,00	9	0,90	9	0,90
Disponibilidad del recurso humano en el sector	8%	10	0,80	10	0,80	10	0,80
Proximidad con el mercado objetivo	12%	10	1,20	10	1,20	9	1,08
Disponibilidad de servicios básicos	8%	10	0,80	10	0,80	9	0,72
Disponibilidad de servicios institucionales publicas	9%	8	0,72	8	0,72	8	0,72
Disponibilidad de servicios bancarios	10%	10	1,00	10	1,00	10	1,00
Factores no críticos o importantes	15%	28	1,40	28	1,40	28	1,40
Factibilidad de transporte	5%	10	0,50	10	0,50	10	0,50
Existencia de centros de reparación de equipos	5%	9	0,45	9	0,45	9	0,45
disponibilidad de materiales	5%	9	0,45	9	0,45	9	0,45
Factores coadyuvantes o adicionales	5%	18	0,45	18	0,45	18	0,45
Disponibilidad de servicios de salud	2,5%	8	0,20	8	0,20	8	0,20
Proximidad a restaurantes	2,5%	10	0,25	10	0,25	10	0,25
Total	100%	122	9,44	120	9,26	118	8,99

Fuente: Barreno Luis, manual de formulación y evaluación de proyectos

Elaboración: Por el Autor

Al concluir la evaluación de la matriz de micro localización podemos determinar que el lugar más apropiado para la implantación de la micro empresa se encuentra en la alternativa 1, en Tumbaco en la Av: Simon Bolivar y Gonzalo Pizarro, debido al mayor puntaje alcanzado entre factores mas relevates de importancia al proyecto, asi como su ubicación a tan solo cinco minutos del parque central.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto está dirigido a solucionar todo lo concerniente con la instalación y el funcionamiento de la planta, en el cual se incluyen desde la descripción del proceso de producción de los bienes materiales o servicios incluyendo la selección de la tecnología que se deba aplicar, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución optima de la planta concluyendo con la determinación de la estructura organizacional y la constitución jurídica que de la institución que operará el proyecto.²⁸



En base a esto se puede determinar que la ingeniería del proyecto se enfoca a realizar estudios y diseños tanto de la construcción y la infraestructura del proyecto que ayudará para poder ofrecer el servicio como es y por otro lado el análisis de cómo se dará el servicio es decir el proceso a seguir para ofrecerlo como lo es elegir la tecnología más óptima.

²⁸ Barreno, Luis, “ Manual de formación y evaluación de proyectos”, primera edición, Quito, 2004, pág. 73

3.3.1 Área administrativa

El área de oficina es una instalación muy importante que el proyecto tendrá ya que allí será el lugar donde se realice la prestación del servicio a los clientes, pedidos y sugerencias del servicio, para lo cual le adecuaremos según nuestras necesidades en:

- Equipos de computación
- Muebles y enseres
- Equipos de oficina

Especificados cada uno de los equipos que se utilizará para la puesta en marcha nuestro proyecto, se procede a la explicación de cada uno de ellos.

3.3.1.1 Equipos de computación

La tecnología permite optimizar tiempo ya que agiliza los procesos de producción de algún artículo o servicio que se va a ofrecer y en nuestro proyecto necesitamos utilizar tecnología capaz de que nos genere rentabilidad, eficacia y ahorro de tiempo y menor cantidad de mano de obra ya que los procesos serán automatizados, para ello adquiriremos equipo tecnológicos nuevos considerando sus respectivas depreciaciones en el tiempo y presupuesto destinado para mantenimiento de las mismas, los equipos tecnológicos que utilizaremos en nuestra empresa son:

EQUIPOS DE COMPUTACION

Cuadro 3.4



DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Laptop	3
Computador escritorio	1
Impresora matricial Fax	1
Software contable	1
Licencia de Windows y Office7	1
Puerto Internet CNT	1

Fuente: El autor

Características de los equipos de computacion

HP PAVILONGG4-2204-LA AMD E2-1800 1,7 GHZ



Procesador Intel Core I 5,279 GHZ

Memoria Ram 750 GB

Disco Duro 64 MB Y 4 GB

Sistema Operativo Windows 8

Tarjeta de sonido de 16 Bits y bocinas internas

Red Ethernet 10/100 BaseT

CD/DVD Combo CD-RW 48X / DVD ROM 14 LED

Mouse 1 Mouse óptico (USB) de dos botones y scroll

Teclado Teclado Estándar Español de 101 teclas PS2

Alimentación 120 Volts, 60 Hz

Gabinete pequeño

Sistema operativo Windows 8 Professional SP2, instalado de fábrica con licencia y con manuales y con el CD de Restauración del Sistema Operativo del Fabricante, o software que permita la creación de un CD de restauración. Se deberá entregar un CD por máquina.

Programa para tareas de oficina instalado

OpenOffice 2.0 un CD cada 5 maquinas

Unidad de Respaldo de 500 VA (mínimo)

Con regulador de voltaje interno

Dentro del manejo del sistema contable los equipos de computación deberán contar con las siguientes características

A continuación detalle de la oferta del sistema administrativo contable integrado SIACI

Especificaciones técnicas.-

El sistema **SIACI** está desarrollado en Power Builder bajo una arquitectura Cliente – Servidor y permite la conexión a la base de datos relacional Sybase (Adaptive Server).

Requerimientos mínimos de hardware y software:

Servidor	
Componente	Descripción
Procesador	Intel Pentium IV o Superior
Memoria RAM	256 MB min.
Disco Duro	40 GB min.
Tarjeta de Red	Velocidad 10 - 100 MB
Sistema Operativo	Windows XP o Superior

Clientes	
Componente	Descripción
Procesador	Intel Pentium o Superior
Memoria	32 min. recomendado 64 MB
Disco Duro	4 GB
Tarjeta de Red	10 / 100 MB
Sistema Operativo	Windows 95/98/NT/Me/2000/XP

Las características y los requerimientos que el sistema contable SIACI requiere para su funcionamiento no son los mas complejos, ya que podría ser implantando desde un computador de casa pues las características que

actualmente los equipos tienen en el mercado se ajustan al requerimiento del sistema.

En el desarrollo de un proyecto siempre se debe tomar en cuenta hasta los mínimos gastos que se va a realizar, para ello se destaca en cada uno de los cuadros las inversiones necesarias a realizar, siempre con un valor del 2% adicional por cualquier imprevisto que pueda suceder.

3.3.1.2 Muebles y enseres

Son el conjunto de muebles de una oficina o lugar de trabajo que ha sido creado con el único objetivo de servir para facilitar los usos y actividades habituales en oficinas y otro tipo de locales. Normalmente el término alude a los objetos que facilitan las actividades laborales comunes, trabajo individual, pequeñas reuniones en el puesto de trabajo, reuniones en las áreas comunes, salas de reunión específicas, los equipos de oficina que utilizaremos en nuestra empresa son:



MUEBLES Y ENSERES

Cuadro 3.5

DESCRIPCION	CANTIDAD
Mesa de reunión	1
Archivadores aéreos	2
Archivadores de madera grande	3
Sillas grafiti en cueriza	7
Sillas hidráulicas con brazo	3
Sillón presidencia	1
Sillas de espera	1
Biblioteca grande	1
Escritorios	4

Fuente:El autor

Existen varios tipos de muebles de oficina, como mesas, sillas, elementos de clasificación y archivo, tales como bloques o armarios, se consigue completar las necesidades mobiliario básico.

En adición al rol funcional del mobiliario, puede servir a un propósito simbólico o reflejo de un determinado estatus, así como claramente el trabajo o entorno a él se va a desempeñar.

Características de los muebles y enseres

- **Archivador**

Práctico archivero de 4 gavetas con cerradura y correderas para uso rudo. Capacidad para documentos tamaño carta y documentación. Cubiertas de melamina resistente a rayones y quemaduras, con estructura metálica.

Opción de cubiertas en color Maple, Aqua o Grafito.

Medidas: frente: 0.70, alto: 1.30, fondo: 0.65 mts.



- **Escritorio**

Escritorio en materia MDF resistente a rayones y quemaduras con península de cristal de 19 mm (opcional derecha o izquierda).

Cajón lapicero incluido.

5 cajones de archivo con seguridad en cada cajon

Peso: 146 kgs.

Medidas: Frente: 2.10, fondo: 2.05, alto: 0.75 mts.



- **Silla ejecutiva**

Cuero de la alta calidad

Golden plateó cinco la prueba del paso BIFMA.

Las bases de las estrellas

El echador de la PU de la carga 45kg

Mecanismo metálico delmultifunctional brazos con el cojín de los amrs del uph.

Tamaño: 72*64*132-138cm.



3.3.1.3 Equipos de oficina

Los equipos de oficina así como su nombre lo indica son aquellos que permiten llevar a cabo las tareas de las oficinas, siendo de mucha importancia para su funcionamiento dentro de la empresa, pero eso no quiere decir que por que falte uno de ellos en la oficina no pueda funcionar, así como la tecnología avanza de igual manera los equipos han quedado obsoletos con el paso del tiempo siendo reemplazado por mejores, los equipos de oficina que utilizaremos en nuestra empresa son:



EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro 3.6

DESCRIPCION	CANTIDAD
Teléfonos	3
Calculadoras	2
Pizarra y tableros	1
Proyector	1
Tachos de basura	3
Equipo despachador de bebidas	1

Fuente:El autor

Características de los equipos de oficina

- **Calculadora**

Pantalla LC de 12 dígitos

Dimensiones (An x Al x L): 41.1 x 99.0 x 196.0 mm (brazo para el rollo contraído)

66.0 x 99.0 x 243.5 mm (brazo para el rollo extendido)

Anchura del papel: 58 mm (rollo interno "P5825" o rollo externo , "rollo 57 mm")

Funciones:

Calculación de ganancias (costo, venta, margen)

Calculación de impuesto

Cálculo porcentual

Selector decimal (0, 2)

Subdivisión en miles



3.3.2 Organigramas de la empresa

Organigrama

El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión, y asesoría.

Objeto:

Es el instrumento idóneo para plasmar y transmitir en forma grafica y objetiva la composición de una organización.

Utilidad:

- Proporciona una imagen formal de la organización
- Facilita el conocimiento de una organización, así como de sus relaciones de jerarquía y coordinación
- Representa un elemento técnico valioso para el análisis organizacional
- Constituye una fuente autorizada de consulta²⁹

Distribución del espacio

La expresión de distribución de espacio se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios al personal y a los clientes.

²⁹Fincowsky, Benjamín, Enrique, Franklin, “Organización de empresas “ , tercera edición, México, McGraw-Hill, 2009, pag. 124.

Objetivos:

- Incrementar la eficiencia y eficacia en la forma de trabajo de una organización.
- Desarrollar los criterios necesarios para plantear e implementar una distribución del espacio que facilite la circulación de las personas, la realización, supervisión y flujo racional del trabajo, así como el uso de sus elementos materiales para reducir el tiempo y costos necesarios para llevarlos a cabo.
- Ayudar a crear condiciones laborales que permitan al personal de una organización realizar su trabajo en un ambiente favorable.
- Contribuir a que una organización genere productos y servicios de calidad.
- Promover una interacción ordenada entre las funciones y procesos y las instalaciones para llevarlas a cabo.
- Contribuir a que la gestión de una organización sea más competitiva.³⁰

Para el proyecto se utilizará la distribución del espacio proyectándolo hacia la atención de las necesidades del servicio a los clientes.

Para el funcionamiento del centro se necesita un área de 50 a 55 m² los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO

Cuadro 3.7

ÁREA ADMINISTRATIVA		
CANTIDAD	DETALLE	ESPACIO
1	Oficina administración	12,00
1	Área financiera	5,50
1	Área contable	5,50
1	Baño	4,50
Total		27,50

Fuente: El autor

³⁰Fincowsky, Obra citada, pág.196

DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO

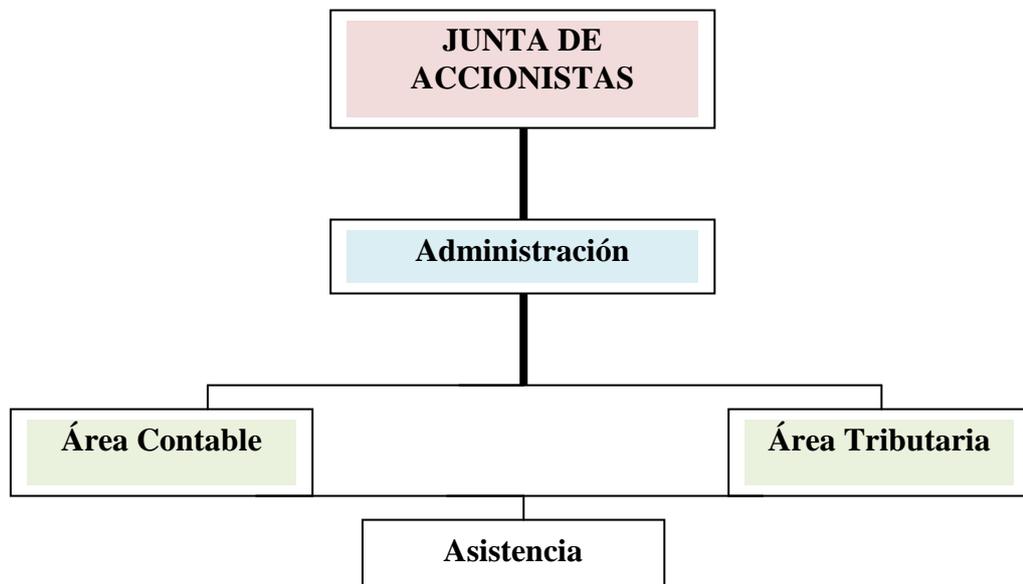
Cuadro 3.8

ÁREA DE SERVICIO		
CANTIDAD	DETALLE	ESPACIO M ²
1	Asistente	6
1	Sala de espera	10.50
1	Bodega	6
Total		22,50

Fuente: El autor

3.3.2.1 Organigrama estructural

Este organigrama es la representación gráfica de una empresa con sus unidades administrativas, sus niveles jerárquicos, líneas de relación de dependencia y relaciones de autoridad, sirve para dar a conocer interna y externamente como es la organización de su estructura.



3.3.2.2 Organigrama funcional

Con este organigrama se puede representar como su nombre lo indica contiene las funciones que ejecutan cada una de las unidades administrativas de la empresa a este organigrama.

Junta de accionistas:

- Designar el administrador
- Resolver el reparto de utilidades
- Establecer políticas y estrategias empresariales.

Administración:

- Realizar el presupuesto anual.
- Realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal.
- Control del personal del centro.
- Llevar la contabilidad del centro
- Realizar la adquisición de los equipos y materiales necesarios para el funcionamiento del centro

Área contable:

- Llevar a cabo la contabilidad según los términos de ley.
- Mantener actualizado el catálogo de cuentas y guía contabilizadora.
- Elaborar y analizar los Estados Financieros de las empresas.
- Depurar permanentemente los registros contables.
- Realiza todos los trámites pertinentes a la misma.
- Coordinar, orientar y apoyar las actividades del personal relacionado a esta área.

Área financiera:

- Administración general de los recursos económicos de la empresa
- Toma de decisiones con el único objetivo de maximizar los beneficios.
- Supervisión de las acciones tomadas por los departamentos anteriores
- Realiza el presupuesto, planes de financiamiento
- Gestión de riesgo

Área Tributaria:

- Declaración de los diferentes impuestos
- Evitar las obligaciones fiscales innecesarias
- El ahorro de cualquier suma, por mínima que parezca
- Recuperar del dinero por medio de reclamaciones de deducciones o de reintegros
- Coordinar, orientar y apoyar las actividades del personal relacionado a esta área.

Todos los departamentos cuentan con un asistente propio pretendiendo con esto agilizar más el servicio en cada una de ellas.

3.3.3 Flujograma de procesos

Diagramar es representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos, relaciones o fenómenos de todo tipo por medio de símbolos que clarifican la interrelación entre diferentes factores y/o unidades administrativas, así como la relación causa-efecto prevalece entre ellos.³¹

Por medio de un flujo grama se podrá representar el seguimiento de las diferentes acciones que se realizarán en el centro de asesoramiento para ofrecer el servicio, así también para llevar un control de las funciones desempeñadas y ver la calidad del servicio y de esta manera brindar un servicio de mayor calidad.

Según su forma:

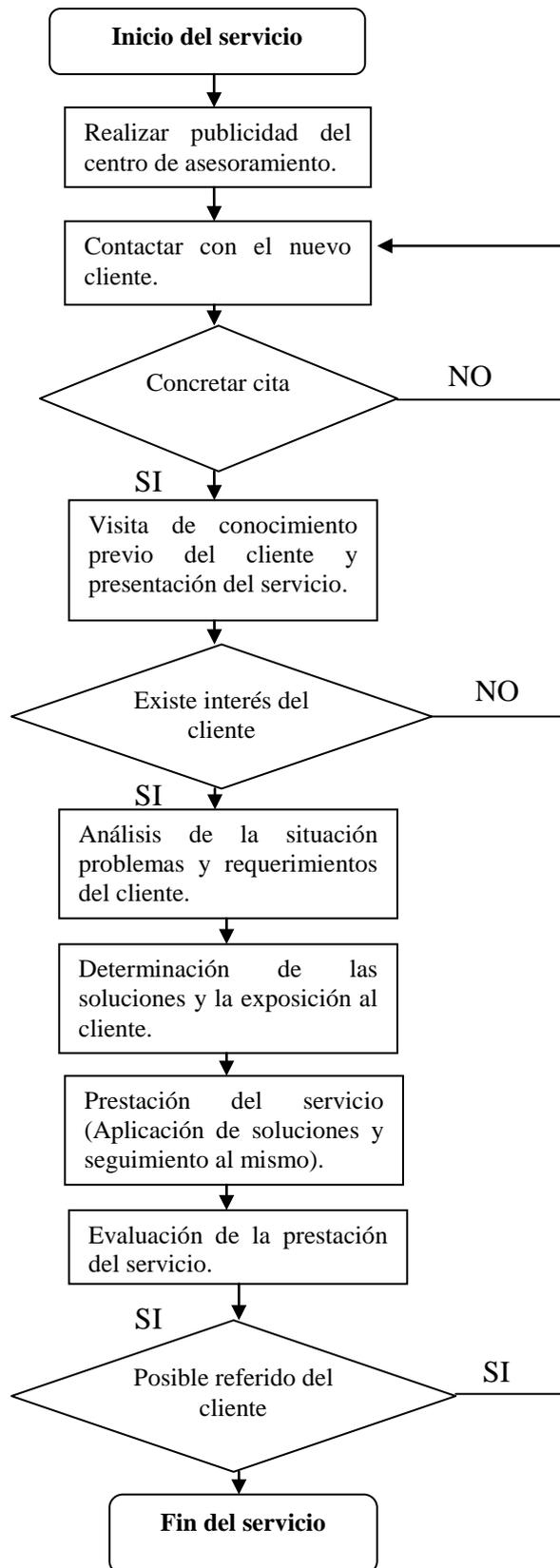
Formato vertical: En él el flujo o la secuencia de las operaciones, va de arriba hacia abajo. Es una lista ordenada de las operaciones de un proceso con toda la información que se considere necesaria, según su propósito, para lo cual será este formato el que utilizaremos para el presente proyecto.

³¹Fincowsky, Obra citada, pág. 298.



“ASESORYCONT”

FLUJO GRAMA DEL SERVICIO DE ASESORAMIENTO



3.4 BASE LEGAL

3.4.1 Sociedad mercantil

Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Clasificación de la sociedad mercantil

Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.
- Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

De la compañía en nombre colectivo

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

La escritura de formación de una compañía en nombre colectivo será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil.

De la compañía en comandita simple

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía.

De la compañía de responsabilidad limitada

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente sección. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

De la compañía anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

De la compañía en comandita por acciones

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.

La exclusión o separación del socio comanditado no es causa de disolución, salvo que ello se hubiere pactado de modo expreso. La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras "compañía en comandita" o su abreviatura.

De la compañía de economía mixta

El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.

CONSTITUCIÓN DE“ASESORYCONT”

En el presente caso el proyecto de Asesoramiento se lo llevara a cabo como Compañía Anónima, por lo cual su nombre será ASESORYCONT C.A ya que se una sociedad cuyo capital está dividido en acciones.

3.4.2 Compañía Anónima

De la capacidad

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.

De la fundación de la compañía

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato 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. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Del capital y las acciones

La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente.

Derechos y obligaciones de los promotores, fundadores y accionistas

Las compañías anónimas considerarán como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas. Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeran para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.

Son de su cuenta y riesgo los actos y gastos necesarios para la constitución de la compañía. Si no llegare a constituirse por cualquier causa, no pueden repetirlos contra los suscriptores de acciones, y estarán obligados a la restitución de todas las sumas que hubieren recibido de éstos.

Los fundadores y promotores son también responsables, solidaria e ilimitadamente con los primeros administradores, con relación a la compañía y a terceros

Son derechos fundamentales del accionista, de los cuales no se le puede privar:

- 1.- La calidad de socio.
- 2.- Participar en los beneficios sociales, debiendo observarse igualdad de tratamiento para los accionistas de la misma clase.
- 3.- Participar, en las mismas condiciones establecidas en el numeral anterior, en la distribución del acervo social, en caso de liquidación de la compañía
- 4.- Intervenir en las juntas generales y votar cuando sus acciones le concedan el derecho a voto, según los estatutos. La Superintendencia de Compañías controlará que se especifique la forma de ejercer este derecho, al momento de tramitar la constitución legal de una compañía o cuando se reforme su estatuto.

El accionista puede renunciar a su derecho a votar, en los términos del Art. 11 del Código Civil.

5.- Integrar los órganos de administración o de fiscalización de la compañía si fueren elegidos en la forma prescrita por la ley y los estatutos.

6.- Gozar de preferencia para la suscripción de acciones en el caso de aumento de capital.

7.- Impugnar las resoluciones de la junta general y demás organismos de la compañía en los casos y en la forma establecida en los Arts. 215 y 216.

No podrá ejercer este derecho el accionista que estuviere en mora en el pago de sus aportes;

8.-y Negociar libremente sus acciones.

De la junta general

La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía el cual es el que tiene en poder y la potestad ante cualquier eventualidad que afronte la empresa.

La junta general tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

De la administración y de los agentes de la compañía

El contrato social fijará la estructura administrativa que la compañía tendrá para su funcionamiento.

La Superintendencia de Compañías no aprobará la constitución de una compañía anónima si del contrato social no aparece claramente determinado quién o quiénes tienen su representación judicial y extrajudicial. Esta representación podrá ser confiada a directores, gerentes, administradores u otros agentes. Si la representación recayere sobre un organismo social, éste actuará por medio de un presidente.

Pasos para la constitución

1.- Aprobación del nombre de la compañía

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva empresa, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

2.- Apertura cuenta de integración del capital

Se debe apertura una cuenta de integración de capital de la nueva compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Documentación necesaria:

- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
- Carta de la empresa que solicita la integración de capital con el detalle de los socios y aportación de cada uno. (cuadro de distribución del capital).
- Copia de cédulas y papeletas de votación a color de las personas que constituirán la compañía (socios o accionistas).
- Una referencia personal (Verbal).
- Planilla actual de Servicio básico.
- Formulario de declaración de licitud de fondos y transacciones para el caso de superar los USD 1.000.
- Entrevista inicial para especificar la fuente de ingresos.
- Depósito inicial que será congelado por lo 180 días, para Sociedades Anónimas USD 800,00 y para compañías limitadas USD 400,00.

3.- Celebrar La Escritura Pública

Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

Documentación necesaria:

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
- Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco.

- Minuta para constituir la Compañía.
- Pago derechos Notaría.

4.- Solicitar la aprobación de las escrituras de constitución

Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías, documentación necesaria:

- Tres copias certificadas de las escrituras de constitución
- Copia de la cédula del abogado que suscribe la solicitud
- Solicitud de aprobación de las escrituras de constitución de la Compañía

5.- Obtener la resolución de aprobación de las escrituras

La Superintendencia de Compañías nos entregará las escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura, luego obtengo el recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

6.- Cumplir con las disposiciones de la resolución

Primeramente toca realizar el respectivo trámite que a continuación se detalla la documentación necesaria:

- Debe publicar en el periodo de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día, (se recomienda compra tres ejemplares de extracto: 1 para registro mercantil, otro para la Superintendencia de Compañías y otro para la empresa).
- Llevar las resoluciones de aprobación a la notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.

- Debe obtener la patente municipal (escritura de constitución de la compañía y resolución de la Superintendencia de Compañías en original y copia.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

7.- Pasos para obtener el RUC.

- Formulario RUC 01-A lleno con los datos de la compañía.
- Formulario RUC 01-B lleno con los datos de la compañía en el caso de tenerlo.
- Original y copia de la Escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia del nombramiento del representante legal.
- Original y copia de cedula de ciudadanía del representante legal.
- Planilla actual del pago de servicios.
- Si el local es arrendado presentar el contrato legalizado.
- Carta de compromiso firmado por el contador, incluyendo su número de Ruc.

8.- Pasos para obtener la patente

- Original y copia de la Escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

9.- Inscribir las escrituras en el registro mercantil

Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las escrituras en el Registro Mercantil, documentación necesaria:

- Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
- Patente municipal.

- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
- Publicación del extracto.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

10.- Elaborar nombramientos de la directiva de la compañía

Una vez inscritas las escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello debe presentar: acta de junta general en donde se nombra al representante legal y administrador y nombramiento originales de cada uno (por lo menos 3 ejemplares).

11.- Inscribir nombramientos en el registro mercantil

Los nombramientos deberán ser inscritos en el registro mercantil documentación necesaria:

- Tres copias de cada Nombramiento
- Copia de las escrituras de constitución
- Copias de cédula y papeleta de votación del presidente y gerente.

12.- Reingresar los documentos a la superintendencia de compañía

Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía, documentación necesaria:

- Formulario RUC 01A
- Formulario RUC 01B
- Nombramientos gerente y presidente inscritos en el Registro Mercantil
- Copias de cédulas y papeletas de votación de gerente y presidente

- Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
- Publicación del extracto

13.- Retirar la cuenta de integración de capital

Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para apertura la cuenta de integración de capital, documentación necesaria:

- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para apertura la cuenta de integración de capital.
- Copia de cédula del representante legal y de los accionistas de la compañía.
- Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de integración de capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

14.- Apertura una cuenta bancaria a nombre de la compañía

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.
- Solicitud de apertura de cuenta.
- Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejan la cuenta.
- Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
- Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

3.4.2.1 Forma de constitución

Constitución simultánea.- Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

Constitución sucesiva.- Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores

Números de accionistas.- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

Capital mínimo.- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.³²

3.5 ENTIDADES RELACIONADAS

Superintendencia de compañías

La Superintendencia de Compañías es una entidad autónoma, proactiva y sólida que cuenta con mecanismos eficaces y modernos de control, supervisión y de apoyo al sector empresarial y de mercado de valores. Es una Institución líder, basada en parámetros de eficacia, calidad, transparencia y excelencia, fundamentada en la planificación y en la aplicación de sistemas de alta calidad.

³² Ley de compañías 2011

La Superintendencia de Compañías tiene la misión de controlar y fortalecer la actividad societaria y propiciar su desarrollo. La misión de control se la realiza a través de un servicio ágil, eficiente y proactivo, apoyando al desarrollo del sector productivo de la economía y del mercado de valores.³³

Servicio de Rentas Internas

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente.

Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

Mandato y compromiso

Promover y exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios éticos y legales, para asegurar una efectiva recaudación que fomente la cohesión social.³⁴

Cámara de comercio

Promueve el comercio, con visión nacional, defendiendo una economía libre, solidaria y competitiva, representando los intereses de todos sus socios, brindando servicios de calidad y desarrollando propuestas y acciones que contribuyan al progreso de Quito y del país. Es la organización gremial representativa e influyente del sector productivo del Ecuador.³⁵

Municipio

³³http://www.supercias.gov.ec/Paginas_htm/vision_mision/Vision.htm

³⁴<http://www.sri.gob.ec/web/guest/67;jsessionid=D4FEB1230CB7F6206CF95A9C726D5FBC.sri>

³⁵http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=18

El Concejo Metropolitano cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos en el Distrito Metropolitano de Quito. El concejo está conformado por 15 concejales cada uno encargado de diferentes comisiones.³⁶

3.6 LEYES CONEXAS

Registro mercantil

En el Registro mercantil se inscriben constituciones, aumento de capital, reformas de estatutos, fusiones, escisiones, reactivaciones, cambios de domicilio de cualquier Cantón Quito, disoluciones y liquidaciones voluntarias, permiso para operar en el Ecuador o domiciliación.

Para que una empresa sea inscrita en el Registro Mercantil, debe presentar:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.³⁷

Requisitos:

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones, sean estas de la Superintendencia de Bancos o Compañías.
- Publicación del extracto (periódico).

³⁶<http://www.quito.gob.ec/el-municipio/concejo-metropolitano.html>

³⁷http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=6

- Razones notariales que indiquen que los notarios han tomado nota de las resoluciones al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copias de cedula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente (vigente).
- Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (para constituciones).
- Certificado del Cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (para actos societarios).
- Fotocopia de la escritura y resolución que se aprueba.

Patente municipal

Es un documento que habilita para el ejercicio de una actividad económica de carácter comercial, industrial o financiero, regulado por el Municipio de Quito; debe ser obtenida anualmente.

Requisitos:

- Formulario de declaración del impuesto de patentes. (Este formulario se lo compra en la tesorería de la administración zonal a la que corresponda el establecimiento).
- Original y copia de la cedula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías en caso de ser persona jurídica.
- Clave catastral. (Se la obtiene en la ventanilla de información de la administración Zonal a la que corresponda el establecimiento).

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Sirve para contar con parámetros de prevención y seguridad, a fin de evitar riesgos, tales como incendios o siniestros.

Requisitos:

- Formulario de solicitud de inspección. (Se lo compra en la tesorería de las oficinas del CBQ y tiene un valor de 1 USD).
- Copia de la cedula, RUC y Patente Municipal.
- Informe favorable de inspección.

Permiso sanitario

Sirve para el cumplimiento de las normas sanitarias estipuladas por el Ministerio de Salud en la realización de actividades económicas.

Requisitos:

- Solicitud de permiso de funcionamiento, dirigida al Director Provincial de Salud en el que conste el nombre del propietario, nombre del establecimiento, RUC, cedula, papeleta de votación, actividad económica y ubicación.
- Planilla de inspección. Es un informe favorable que entrega el inspector del centro de salud más cercano al establecimiento, después de visitar el local Salud).
- Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC.
- Copia del certificado del cuerpo de bomberos.

Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el registro informático que contiene los datos de identificación y de las obligaciones tributarias de los contribuyentes de los tributos de la información vinculada a sus actividades económicas, así como la información de sus responsables.

El número de RUC, es el número de once (11) dígitos que identifica al contribuyente luego que a este se le confirma su inscripción, en dicho registro. Es de uso obligatorio para cualquier gestión que se realice ante la administración tributaria y otras dependencias de la administración pública. Dicho número tiene carácter permanente y es de uso exclusivo de su titular. ³⁸

³⁸<http://www.scribd.com/doc/6132196/Que-es-RUC>

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN FINANCIERA

LAS INVERSIONES

4.1. CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN

Inversión: Con esto se busca determinar los recursos financieros para la creación del centro de asesoramiento contable tributario y financiero, la inversión necesaria para su puesta en marcha.

La Inversión también es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Podemos decir que en este capítulo se determinará la inversión que se necesita para poder poner en marcha dicho proyecto, por esto es necesario determinar la inversión total del proyecto, y una vez establecida la inversión se procederá a encontrar la mejor forma de financiamiento para el proyecto.

Como tenemos conocimiento las inversiones deben establecerse antes de la puesta en marcha del proyecto a realizar, de la misma manera en el transcurso del proyecto en marcha también se puede realizar nuevas inversiones ya sean para el cambio de activos tangibles o que en el proceso de operación sean necesario incrementarlas.

La distribución de la inversión total para el proyecto está dada de la siguiente manera

INVERSION TOTAL

Cuadro 4.1

Detalle	VALOR
Activos fijos tangibles	9.597,89
Activos fijos intangibles	0,00
Capital de trabajo	32.282,75
TOTAL	41.880,65

Fuente: Por el autor

4.2 ESTABLECIMIENTO DE LAS INVERSIONES

Lo integran los bienes adquiridos, construidos o en tránsito de importación, construcción y montaje, con la intención de emplearlos en forma permanente, para la prestación del servicio.

4.2.1 Inversiones sobre activos fijos

4.2.1.1 Activos fijos tangibles

Los activos tangibles tienen naturaleza permanente y se usa para la producción o venta de mercancías o servicios se denominan propiedad, planta, y equipos. Estos activos no se tienen para la venta a los clientes.³⁹

³⁹Sigeljoel g, shimjae k, "contabilida financiera", McGRAW-HILL, Mexico, Colombia Bogotá, primera edición, pág. 185.

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Cuadro 4.2

Descripción	Costo en Dólares
Muebles y enseres	2.514,30
Equipo de computo	6.160,80
Muebles de oficina	922,79
TOTAL	9.597,89

Fuente: Por el autor

MUEBLES Y ENSERES

En el siguiente cuadro se detalla el inmobiliario necesario para la parte administrativa.

MUEBLES Y ENSERES

Cuadro 4.3

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor total USD
Mesa de reunión	Unidad	1	150	150
Archivadores aéreos	Unidad	3	65	195
Archivadores de madera grande 4 gavetas	Unidad	4	130	520
Sillas grafity en cuerina	Unidad	7	30	210
Sillas hidráulicas con brazo	Unidad	3	80	240
Sillón presidencia	Unidad	1	150	150
Sillas de espera 3 asientos	Unidad	1	130	130
Biblioteca grande	Unidad	1	190	190
Escritorios	Unidad	4	170	680
			Subtotal	2.465,00
			Imprevistos 2%	49,30
			Total	2.514,30

Fuente: Por el autor

EQUIPO DE CÓMPUTO

Se establece que para el centro de asesoramiento se necesitará la siguiente cantidad de computadora.

EQUIPOS DE CÓMPUTO

Cuadro 4.4

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor total USD
Laptop	Unidad	3	919	2757
Computador escritorio	Unidad	1	859	859
Impresora matricial multifunción fax	Unidad	1	500	500
Software contable usuario 5 puntos de red	Unidad	1	1500	1500
License de windows y office 7	Unidad	1	324	324
Corta picos switch c - net 8p jr 45	Unidad	1	100	100
			Subtotal	6.040,00
			Imprevistos 2%	120,80
			Total	6.160,80

Fuente: Por el autor

EQUIPO DE OFICINA

Para el centro se requieren ciertos equipos de oficina.

EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro 4.5

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor total USD
Teléfonos	Unidad	4	37,78	151,12
Calculadoras	Unidad	3	15,1	45,3
Pizarra o tableros	Unidad	1	64,28	64,28
Proyector	Unidad	1	544	544
Tachos de basura	Unidad	4	10	40
Equipo despachador de bebidas	Unidad	1	60	60
			Subtotal	904,70
			Imprevistos 2%	18,09
			Total	922,79

Fuente: Por el autor

4.2.2 Inversiones sobre activos diferidos

4.2.2.1 Activos intangibles

Los activos intangibles carecen de forma física y surgen de un derecho concedido por el gobierno u otra compañía. Los activos intangibles pueden adquirirse o desarrollarse internamente en la empresa.

Las patentes, derechos de autor, y marcas registradas constituyen ejemplos de derechos concedidos por el gobierno: mientras que una franquicia es un ejemplo de un privilegio concedido por otra compañía. Así también como conocimiento científico o tecnológico, el diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas, las licencias o concesiones, la propiedad intelectual, los conocimientos comerciales o marcas (incluyendo denominaciones comerciales y derechos editoriales).

Otros activos intangibles incluyen los costos de organización, mejoras en propiedad arrendada, y crédito mercantil en el caso de las empresas comerciales.⁴⁰

Para el desarrollo del proyecto no se requiere realizar una inversión en los activos intangibles debido a que es una empresa de servicios y se manda directamente a la cuenta del gastos de la compañía, a pesar de ello el gasto incursionado superan los mil dólares al año.

Sin embargo para mayor seguridad el proyectos se basa según lo que establece la NIC 38, que habla del reconocimiento un activo intangible y los criterios que debe cumplir para ser considerado como tal.

⁴⁰Sigel, Obra sita, pág. 192

4.2.3 Inversiones de capital de trabajo

El capital de inversión lo constituyen los recursos que la empresa obtiene para financiar los proyectos en que el director de finanzas y la empresa han decidido invertido. ⁴¹

Para la determinación del capital de trabajo será necesario calcular los valores mensuales de rubros tales como

- Gastos de administración
- Gastos del servicio
- Gastos de ventas

GASTOS ADMINISTRATIVOS

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro 4.6

Detalle	Cantidad	Valor a pagar	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Sueldo Administrador	1	616,80	616,80	1.850,40	7.401,60
Contador	1	575,68	575,68	1.727,04	6.908,16
Tributario	1	575,68	575,68	1.727,04	6.908,16
Sueldo Asistente	1	344,38	344,38	1.033,14	4.132,56
		Subtotal	2.112,54	6.337,62	25.350,48
		Imprevistos 2%	42,25	126,75	507,01
		Total	2.154,79	6.464,37	25.857,49

Fuente: Por el autor

⁴¹BoltenSeven E. "AdministracionFinanciera"limusa grupo Noriega editors, cuarta edición 1992, México, pág. 355

ROL DE PAGOS

Cuadro 4.7

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	SBU	Total GANADO	IESS 12,15%	IESS 9,35%	Total DESC	LIQ. A RECIBIR
	"A"	Administrador	600,00	600,00	72,90	56,10	56,10	616,80
2	"B"	Contador	560,00	560,00	68,04	52,36	52,36	575,68
3	"C"	Tributario	560,00	560,00	68,04	52,36	52,36	575,68
4	"D"	Asistente Contable	335,00	335,00	40,70	31,32	31,32	344,38
TOTAL			2.655,00	2.055,00	249,68	192,14	192,14	2.112,54

Fuente: Por el autor

Los sueldos básicos de cada cargo fueron tomados como referencia de los sueldos básicos sectoriales establecidos para el presente año por el Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador.

ROL DE PROVISIONES

Cuadro 4.8

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	TOTAL GANADO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL
1	"A"	Administrador	600,00	600,00	318,00	25,00	943,00
2	"B"	Contador	560,00	560,00	318,00	23,33	901,33
3	"C"	Tributario	560,00	560,00	318,00	23,33	901,33
4	"D"	Asistente Contable	335,00	335,00	318,00	13,96	666,96
TOTAL			2.055,00	2.055,00	1.272,00	85,63	3.412,63

Fuente: Por el autor

Los fondos de reserva serán pagados por la campaña a partir del segundo año a cada uno de sus empleados.

Gastos generales de administración

En el presente cuadro se detallan los valores que se gastaran por los diferentes servicios básicos y necesarios para el funcionamiento del centro.

GASTOS GENERALES

Cuadro 4.9

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Servicio de agua potable	M ³	40	0,31	12,40	37,20	148,80
Servicio de Internet 1MG	Servicio	1	110,00	110,00	330,00	1.320,00
Servicio de energía eléctrica	Kw	450	0,08	37,35	112,05	448,20
Servicio de teléfono	Minutos	2500	0,01	37,00	111,00	444,00
Servicio de Limpieza	Servicio	1	100,00	100,00	300,00	1.200,00
Subtotal				296,75	890,25	3561,00
Imprevistos 2%				5,94	17,81	71,22
Total				302,69	908,06	3632,22

Fuente: Por el autor

Suministros de oficina

Estos suministros servirán para realizar ciertas actividades que requieran el servicio de asesoramiento importantes para llevar a cabo pero no necesarios para su funcionamiento en el caso de contar con ello así como son hojas de papel bond, esferográficos, lápices, carpetas, engrampadoras, perforadora, adhesivos, etc.

SUMINISTROS DE OFICINA

Cuadro 4.10

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Suministros	Unidad	1	100,00	100,00	300,00	1200,00
Subtotal				100,00	300,00	1.200,00
Imprevistos 2%				2	6	24
Total				102,00	306,00	1.224,00

Fuente: Por el autor

Mantenimiento y reparación

Los activos que ASESORYCONT C.A requieren para su mantenimiento y reparaciones mensualmente se los presenta a continuación en el siguiente cuadro.

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN

Cuadro 4.11

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	%	Valor Mensual	Valor trimestre	Valor anual
Equipo de computo	Unidad	6.160,80	1%	61,61	184,82	739,30
Subtotal				61,61	184,82	739,30
Imprevistos 2%				1,23	3,70	14,79
Total				62,84	188,52	754,08

Fuente: Por el autor

Gastos de ventas

Son los rubros que ASESORYCONT C.A. debe pagar por concepto de ventas el cual le va a permitir dar a conocer su servicio en el mercado y el cual tiene un costo de:

GASTOS DE VENTA

Cuadro 4.12

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Publicidad	Servicio	1	250	250,00	750,00	3.000,00
Elaboración página Web	Servicio	1	300	300,00	0,00	300,00
Subtotal				550,00	750,00	3.300,00
Imprevistos 2%				11,00	15,00	66,00
Total				561,00	765,00	3.366,00

Fuente: Por el autor

Gastos Arriendo

Son los rubros que ASESORYCONT .CA debe pagar por concepto de arriendo en el cual también consta la garantía anual.

GASTOS ARRIENDO

Cuadro 4.13

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Arriendo local	Servicio	1	300	300,00	900,00	3.600,00
Garantía	Servicio	1 sola vez	250	250,00	0,00	250,00
Subtotal				550,00	900,00	3850,00
Imprevistos 2%				11,00	18,00	77,00
Total				561,00	918,00	3927,00

Fuente: Por el autor

Gastos legales

Son los rubros que ASESORYCONT C.A debe pagar por concepto de constitución legal, los cuales permitirán el funcionamiento legal conforme lo estable la ley Ecuatoriana.

GASTOS LEGALES

Cuadro 4.14

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Gastos legales	Servicio	1	1800	1.800,00	0.00	1.800,00
Subtotal				1800,00	0.00	1800,00
Imprevistos 2%				36,00	0.00	36,00
Total				1834,00	0.00	1834,00

Fuente: Por el autor

Gastos de capacitación

Son los rubros que ASESORYCONT .CA debe pagar por concepto de capacitación a todo el personal de la empresa gastos muy necesarios para el desarrollo y progreso de la empresa.

GASTOS CAPACITACIÓN

Cuadro 4.15

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
capacitación personal	Servicio	1	160	160,00	480,00	1.920,00
Subtotal				160,00	480,00	1920,00
Imprevistos 2%				3,20	9,60	38,40
Total				163,20	489,60	1958,40

Fuente: Por el autor

Gastos de instalación y adecuación

Son los rubros que ASESORYCONT .CA debe pagar por las remodelaciones y adecuaciones que realice al lugar inmueble para el eficiente prestación de los servicios.

GASTOS DE INSTALACION

Cuadro 4.16

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	%	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
G.Instalación	Unidad	930,00		930,00	0,00	930,00
Subtotal				930,00	0,00	930,00
Imprevistos 2%				18,60	0,00	18,60
Total				948,60	0,00	948,60

Fuente: Por el autor

4.2.3.1 Capital de inversión

Una vez realizado los diferentes cuadros detallando los costos totales de las diferentes fuentes se puede estimar el valor total correspondiente al capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO CONSOLIDADO

Cuadro 4.17

Detalle	Valor mensual	Valor trimestral	Valor anual
Gasto Arriendo	561,00	918,00	3.927,00
Gasto Legales	1.836,00	0,00	1.836,00
Gasto Capacitación	163,20	489,60	1.958,40
Gastos Generales	302,69	908,06	3632,22
Gastos de Venta	561,00	765,00	3.366,00
Materiales directos	102,00	306,00	1.224,00
Reparación y Mantenimiento	62,84	188,52	754,08
Gasto sueldos	1.219,59	3.658,76	14.635,05
Gastos de Instalación y adecuación	950,00	950,00	950,00
TOTAL	1028,53	2167,58	\$ 32.282,75

Fuente: Por el autor

Una vez realizado los cálculos necesarios para conocer la inversión total que tendrá el proyecto determinando el porcentaje de recursos propios como los ajenos se procede a evaluar el financiamiento.

El financiamiento se le deberá llevar conforme la tasa de interés más bajo que las Instituciones Financieras tengan, con el único objetivo de beneficiar al proyecto en su desarrollo.

4.3 FINANCIAMIENTO

Una vez determinada la inversión total del proyecto se detalla la siguiente información:

CUADRO DE FINANCIAMIENTO

Cuadro 4.18

Detalle	VALOR
Activos Fijos Tangibles	9597,89
Activos Fijos Intangibles	0,00
Capital de Trabajo	32.282,75
TOTAL	41880,65

Fuente: Por el autor

Se considera que para el financiamiento del proyecto se realizará el 39% con recursos propios y el 61% con recursos de terceros por medio de una línea de crédito bancario por medio del Banco del Pacífico

Monto: 25.442,52

Plazo: 5 años

Interés: 11,23%

4.3.1 Financiamiento del Proyecto

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO EN %

Cuadro 4.19

Descripción	Porcentaje	Capital
Capital Propio	39%	16.438,12
Capital Ajeno	61%	25.442,52
Total Inversión	100%	41880,65

Fuente: Por el autor

La línea de crédito a utilizar es el crédito PYMES a continuación se detalla las características de este tipo de crédito.

Aspecto	Descripción
Destino	El Crédito Productivo está dirigido para los activos fijos tangibles e intangibles así también como para el capital de trabajo.
Beneficiario	Clientes del Banco del Pacifico, confieren créditos a las personas que dispones de una cuenta en la institución bancaria enunciada.
Monto	El banco concede hasta un 70% de la inversión necesaria.
Plazo	Como política de la institución bancaria conceden plazo no mayor a 5 años ya que según el análisis realizado por la entidad a partir de este año ya se puede recuperar lo invertido.
Periodo de Gracia	No conceden periodos de gracia.
Tasa de interés	Actualmente se están manejando bajo una tasa de interés del 11,23%.
Garantías	Para un tipo de crédito es necesario presentar garantías reales es decir bienes físicos, como son terrenos, autos, etc., que deben cumplir con un porcentaje establecido por la entidad bancaria que varía de acuerdo del monto requerido.
Desembolso	Este procedimiento es inmediato previamente haber realizado un análisis de la actividad de la empresa, este

	procedimiento puede durar alrededor de dos meses.
Requisitos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apertura de una cuenta en el Banco para respaldar el ingreso y el patrimonio del cliente. 2. Presentar los respaldos de las garantías como son los títulos de propiedad.

4.3.2 Estructura de Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto está determinado que se recurre a las fuentes para de esta manera poder solventar la inversión, la primera fuente de financiamiento es el recurso de terceros que se lo realizara por medio de un crédito comercial en el Banco del Pacifico el mismo que cubrirá el 61% de la inversión, por otra parte la parte el 39% se lo realizara con el de recursos propios, siendo estos los recursos aportados por los socios.

ESTRUCTURA DE FINACIAMIENTO

Cuadro 4.20

DETALLE	VALOR	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
		%	VALOR	%	VALOR
Muebles y Enseres	2.514,30	30%	754,29	70%	1.760,01
Equipos de Computación	6.160,80	30%	1.848,24	70%	4.312,56
Equipos de Oficina	922,79	30%	276,84	70%	645,96
Capital de Trabajo	32.282,75	42%	13.558,76	58%	18.724,00
TOTAL	41.880,65		16438,12		25442,52

Fuente: Por el autor

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Monto	41.880,65
Recurso Ajeno	25.442,52
Pagos	Trimestrales
Tasa	11,23%
Plazo	5 años

$$\frac{i(1+i)^N}{(1+i)^N - 1}$$

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuadro 4.21

Periodo	Valor Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Insoluto
0	-	-	-	-	25.442,52
1	25.442,52	714,30	1.679,85	965,55	24.476,97
2	24.476,97	687,19	1.679,85	992,66	23.484,32
3	23.484,32	659,32	1.679,85	1.020,52	22.463,80
4	22.463,80	630,67	1.679,85	1.049,18	21.414,62
5	21.414,62	601,22	1.679,85	1.078,63	20.335,99
6	20.335,99	570,93	1.679,85	1.108,91	19.227,08
7	19.227,08	539,80	1.679,85	1.140,05	18.087,03
8	18.087,03	507,79	1.679,85	1.172,05	16.914,98
9	16.914,98	474,89	1.679,85	1.204,96	15.710,02
10	15.710,02	441,06	1.679,85	1.238,79	14.471,23
11	14.471,23	406,28	1.679,85	1.273,57	13.197,67
12	13.197,67	370,52	1.679,85	1.309,32	11.888,35
13	11.888,35	333,77	1.679,85	1.346,08	10.542,26
14	10.542,26	295,97	1.679,85	1.383,87	9.158,39
15	9.158,39	257,12	1.679,85	1.422,72	7.735,67
16	7.735,67	217,18	1.679,85	1.462,67	6.273,00
17	6.273,00	176,11	1.679,85	1.503,73	4.769,27
18	4.769,27	133,90	1.679,85	1.545,95	3.223,32
19	3.223,32	90,49	1.679,85	1.589,35	1.633,97
20	1.633,97	45,87	1.679,85	1.633,97	0,00

Fuente: Por el autor

4.4 COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

4.4.1 Clasificación de costos

4.4.1.1 Costos fijos

Los costos fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad o el volumen de producción. En otras palabras, se puede decir que los costos fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

4.4.1.2 Costo variable

El costo variable es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

4.5 ESTABLECIMIENTO DE LOS COSTOS

Una vez entendida la diferencia entre los costos, se procederá a elaborar una tabla que ilustre de mejor manera los valores que los mismos podrán tener en el proyecto.

En el presente proyecto los costos harán referencia a los egresos necesarios para llevar a cabo el proceso de asesoría, por tal razón se requiere de materiales directos, manos de obra directa e indirecta, etc.

Por consiguiente a continuación se detalla en los siguientes cuadros los costos imprescindibles de cada uno de ellos para la correcta la prestación del servicio propuesto.

COSTOS DEL PROYECTO

Cuadro 4.22

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciaciones	2.376,77	2.376,77	2.376,77	343,71	343,71
Gasto Instalación y adec.	950,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Seguro	383,92	288,84	193,77	96,24	82,49
Gasto Arriendo	3.927,00	4.005,54	4.085,65	4.167,36	4.250,71
Gasto Legal	1.836,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto Capacitación	1.958,40	1.997,57	2.037,52	2.078,27	2.119,84
Gastos Generales	3632,22	3704,86	3778,96	3854,54	3931,63
Gastos venta	3.366,00	3.433,32	3.501,99	3.572,03	3.643,47
Materiales Directos	1.224,00	1248,48	1273,45	1298,92	1324,90
Reparación y Mantenimiento	754,08	769,16	784,55	800,24	816,24
Gasto Sueldos	29.270,11	37.642,11	39.574,72	47.550,63	49.973,16
Gastos Financieros	2.691,48	2.219,74	1.692,75	1.104,04	446,38
TOTAL POR AÑO	52.369,99	57.686,41	59.300,13	64.865,97	66.932,52

COSTOS DE OPERACIÓN

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciaciones	2.376,77	2.376,77	2.376,77	343,71	343,71
Gasto de instalación y adec.	950,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Seguro	383,92	288,84	193,77	96,24	82,49
Gasto capacitación	1.958,40	1.997,57	2.037,52	2.078,27	2.119,84
Reparación y mantenimiento	754,08	769,16	784,55	800,24	816,24
COSTO DE VENTAS	6.423,17	5.432,35	5.392,61	3.318,46	3.362,28
Suministros de Oficina	1.224,00	1248,48	1273,45	1298,92	1324,90
Gasto Legal	1.836,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto Arriendo	3.927,00	4.005,54	4.085,65	4.167,36	4.250,71
Gastos Sueldos	29.270,11	37.642,11	39.574,72	47.550,63	49.973,16
Gastos Generales	3632,22	3704,86	3778,96	3854,54	3931,63
GASTOS ADMINISTRATIVOS	39.889,33	46.601,00	48.712,78	56.871,45	59.480,40
Gastos venta	3.366,00	3.433,32	3.501,99	3.572,03	3.643,47
GASTOS VENTA	3.366,00	3.433,32	3.501,99	3.572,03	3.643,47
Gastos Financieros	2.691,48	2.219,74	1.692,75	1.104,04	446,38
GASTOS FINANCIEROS	2.691,48	2.219,74	1.692,75	1.104,04	446,38
TOTAL	52.369,99	57.686,41	59.300,13	64.865,97	66.932,52

Fuente: Por el autor

4.5.1 Costo del seguro

La siguiente aplicación de los porcentajes de seguros es en base a los que estable la Aseguradora Del Sur C.A, para lo cual tiene los siguientes requisitos:

- Ubicación del riesgo
- Antigüedad del bien
- Seguridades
- Valores, estructura, contenido
- Informe de satisfacción del perito

SEGURO MUEBLES Y ENSERES

Cuadro 4.23

Valor del Seguro	4,0%
Seguro Contra Robo	2%
Seguro Contra Incendio	2%

Periodo	Valor Inicial	Vida Útil 10 años	Porcentaje %	Seguro
1	2.514,30	10	0,040	100,57
2	2.262,87	9	0,040	90,51
3	2.011,44	8	0,040	80,46
4	1.760,01	7	0,040	70,40
5	1.508,58	6	0,040	60,34
6	1.257,15	5	0,040	50,29
7	1.005,72	4	0,040	40,23
8	754,29	3	0,040	30,17
9	502,86	2	0,040	20,11
10	251,43	1	0,040	10,06

Fuente: Por el autor

SEGURO EQUIPO DE CÓMPUTO

Cuadro 4.24

Valor del Seguro	4,0%
Seguro Contra Robo	2%
Seguro Contra Incendio	2%

Periodo	Valor Inicial	Vida Útil 3 años	Porcentaje %	Seguro
1	6.160,80	3	0,040	246,43
2	4.127,74	2	0,040	165,11
3	2.094,67	1	0,040	83,79

Fuente: Por el autor

SEGURO EQUIPO DE OFICINA

Cuadro 4.25

Valor del Seguro	2,0%
Seguro Contra Robo	2%
Seguro Contra Incendio	2%

Periodo	Valor Inicial	Vida Útil 10 años	Porcentaje %	Seguro
1	922,79	10	0,040	36,91
2	830,51	9	0,040	33,22
3	738,24	8	0,040	29,53
4	645,96	7	0,040	25,84
5	553,68	6	0,040	22,15
6	461,40	5	0,040	18,46
7	369,12	4	0,040	14,76
8	276,84	3	0,040	11,07
9	184,56	2	0,040	7,38
10	92,28	1	0,040	3,69

Fuente: Por el autor

4.5.2 Depreciaciones

Un activo fijo presenta una vida limitada debido a su deterioro físico y obsolescencia. Al final, el activo solamente tendrá un valor de salvamento (valor de desecho). La expiración anual del costo inicial de un activo fijo se denomina depreciación.

Se entiende como depreciación a la pérdida de valor que incurren los activos fijos de la empresa, debido al desgaste por su uso o su excesiva utilización, también otra razón por la que pueden depreciarse es por su obsolescencia por el transcurrir de los años.

Para el cálculo y determinación de las depreciaciones de los activos de la empresa asesora se utilizará el método de línea recta ya que es el más fácil de realizarlo.

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES

Cuadro 4.26

Vida Útil	10 AÑOS
% Depreciación	10%

Periodo	Valor Inicial	Vida Útil 10 años	Porcentaje %	Cuota	Valor Residual
1	2.514,30	10	0,10	251,43	2.514,30
2	2.262,87	9	0,10	251,43	2.262,87
3	2.011,44	8	0,10	251,43	2.011,44
4	1.760,01	7	0,10	251,43	1.760,01
5	1.508,58	6	0,10	251,43	1.508,58
6	1.257,15	5	0,10	251,43	1.257,15
7	1.005,72	4	0,10	251,43	1.005,72
8	754,29	3	0,10	251,43	754,29
9	502,86	2	0,10	251,43	502,86
10	251,43	1	0,10	251,43	251,43

Fuente: Por el autor

DEPRECIACION EQUIPOS DE CÓMPUTO

Cuadro 4.27

Vida Útil	3 AÑOS
% Depreciación	33%

Periodo	Valor Inicial	Vida Útil 3 años	Porcentaje %	Cuota	Valor Residual
1	6.160,80	3	0,33	2.033,06	6.160,80
2	4.127,74	2	0,33	2.033,06	4.127,74
3	2.094,67	1	0,33	2.033,06	2.094,67

Fuente: Por el autor

DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro 4.28

Vida Útil	10 AÑOS
% Depreciación	10%

Periodo	Valor Inicial	Vida Útil 10 años	Porcentaje %	Cuota	Valor Residual
1	922,79	10	0,10	92,28	922,79
2	830,51	9	0,10	92,28	830,51
3	738,24	8	0,10	92,28	738,24
4	645,96	7	0,10	92,28	645,96
5	553,68	6	0,10	92,28	553,68
6	461,40	5	0,10	92,28	461,40
7	369,12	4	0,10	92,28	369,12
8	276,84	3	0,10	92,28	276,84
9	184,56	2	0,10	92,28	184,56
10	92,28	1	0,10	92,28	92,28

Fuente: Por el autor

4.5.3 Amortizaciones

EL concepto más claro y fácil de entender amortización es el siguiente, denominaremos amortización al proceso sistemático por el que se transfieren los saldos de las cuentas de Inmovilizado a la cuenta de Resultados durante el periodo de vida útil del Inmovilizado (también debemos recordar que los gastos de establecimiento se suelen imputar en más de un ejercicio económico).

Sin embargo se debe tomar muy en cuenta los siguientes conceptos:

Valor residual: es el precio que se espera que se pueda obtener en la enajenación del bien una vez que termine su vida útil. De este valor habrá que restar los costos en que deba incurrirse para enajenar el bien.

Valor amortizable: Es el valor que debe amortizarse. Lo calcularemos restando del valor de adquisición, el valor residual que se espere al final de la vida útil. Equivale a la parte del valor de adquisición del inmovilizado que se consumirá debido al uso que se dé al bien.

Vida útil: Es el plazo de tiempo durante el que se espera que el Inmovilizado contribuya a generar ingresos.

La amortización de los activos intangibles o diferidos, resulta de la división del valor total de los activos diferidos y dividirlo para el número de años que se ha recibido del crédito en este caso es de 5 años siendo este tiempo el máximo plazo que señala y permite la Ley de Régimen Tributario.

Para la puesta en marcha del proyecto fue necesario incurrir en gastos de adecuación e instalación los mismos que contablemente no son sujetos a ser amortizados, como anteriormente se lo había dicho según NIC 38, a cerca de los activos intangibles y las características que deben de cumplir para ser aceptados como tales.

4.5.4 Gastos financieros

Estos se refieren a los valores que se pagan por el préstamo que tiene la empresa con la institución financiera.

GASTOS FINANCIEROS

Cuadro 4.29

Pago anual de Intereses

Año	Valor Anual
1	2.691,48
2	2.219,74
3	1.692,75
4	1.104,04
5	446,38
TOTAL	8.154,40

Amortización de Capital

Año	Valor Anual
1	4.027,90
2	4.499,64
3	5.026,63
4	5.615,34
5	6.273,00
TOTAL	25.442,52

Fuente: Por el autor

4.6 INGRESOS

A continuación se detalla los ingresos estimados del proyecto en base a la demanda que tiene el mercado de Tumbaco, para inicios del proyecto se ha tomado como punto inicial ofrecer el servicio al 50% del mercado en función al personal que cuenta la empresa para iniciar sus servicios.

DEMANDA POTENCIAL

Cuadro 4.30

AÑOS	DEMANDA	% CLIENTES	TRIBUTARIO	CONTABLE	FINANCIERO	TOTAL
			80%	10%	10%	
AÑO 1	3.056	1.528	1.222	153	153	1.528
AÑO 2	3.243	1.622	1.297	162	162	1.622
AÑO 3	3.427	1.714	1.371	171	171	1.714
AÑO 4	3.609	1.805	1.444	180	180	1.805
AÑO 5	3.785	1.893	1.514	189	189	1.893

Fuente: Por el autor

El precio se estableció en función al precio de la actual oferta que existe en el mercado de Tumbaco de las principales empresas asesoras, permitiendo de esta manera estar dentro de los precios establecidos por el mercado.

VALOR DE CADA SERVICIO

Cuadro 4.31

AÑOS	TRIBUTARIO	CONTABLE	FINANCIERO	TOTAL
AÑO 1	10	120	150	280
AÑO 2	15	131	161	308
AÑO 3	15	135	165	317
AÑO 4	18	145	175	326
AÑO 5	18	155	175	339

Fuente: Por el autor

COSTO POMEDIO CADA SERVICIO

Cuadro 4.32

COSTO OPERACION	CLIENTES	TRIBUTARIO	CONTABLE	FINANCIERO	TOTAL
		10	120	150	
47.383,94	1.528	12.224,00	18.336,00	22.920,00	53.480,00
52.078,11	1.622	19.458,00	21.306,51	26.146,69	66.911,20
54.267,23	1.714	20.767,62	23.190,85	28.320,94	72.279,41
59.674,49	1.805	26.244,65	26.132,04	31.614,50	83.991,19
62.446,00	1.893	27.799,77	29.324,87	33.156,25	90.280,88

Fuente: Por el autor

Nota:

Los precios de cada uno de los servicios que se estableció para el cuadro de ingresos están directamente en función al precio referencia del mercado.

Se determinó que los precios de la competencia irán en aumento para los demás años (5 años) directamente proporcional a la inflación en el país por lo

cual se tomará como referencia los precios del primer año ya que se pretende utilizar estrategia de captación de mercado en el primer año con un precio 5% menor al del mercado, proyectándonos a futuro una ganancia en volumen.

4.6.1 Factores que se tomó en cuenta para la prestación del servicio

FACTORES

Cuadro 4.33

FACTOR	TRIBUTARIO	CONTABLE	FINANCIERO
TIEMPO	Bajo	Alto	Medio
DEMANDA	Alta	Media	Media

TRIBUTARIO (atenciones)	ANUAL	MENSUAL	DIARIO	TIEMPO
	1.222	102	5	1 A 2 HORAS
	1.297	108	5	1 A 2 HORAS
	1.371	114	5	1 A 2 HORAS
	1.444	120	5	1 A 2 HORAS
	1.514	126	6	1 A 2 HORAS

CONTABLE (atenciones)	ANUAL	MENSUAL	SEMANTAL	TIEMPO
	153	13	3	10 A 12 HORAS
	162	14	3	10 A 12 HORAS
	171	14	4	10 A 12 HORAS
	180	15	4	10 A 12 HORAS
	189	16	4	10 A 12 HORAS

FINANCIERO (atenciones)	ANUAL	MENSUAL	DIARIO	TIEMPO
	153	13	3	10 A 12 HORAS
	162	14	3	10 A 12 HORAS
	171	14	4	10 A 12 HORAS
	180	15	4	10 A 12 HORAS
	189	16	4	10 A 12 HORAS

Fuente: Por el autor

Los factores justifican la prestación del servicio al 50% de la demanda que existe en el mercado, este porcentaje podrá variar en función a la capacidad de prestación de servicio que tenga el centro de asesoramiento, es decir de acuerdo al número de personal.

4.7 EVALUACION DEL PROYECTO

La evaluación se basa en estimaciones de lo que se espera sean en el futuro los beneficios y costos que se asocian con un proyecto.

La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación.

Mediante una evaluación financiera se podrá obtener información, los mismos que nos permitirán entregar un trabajo altamente eficiente, mediante el desenvolvimiento de la empresa asesora, es decir que se obtendrá la información necesaria para la correcta y oportuna toma de decisiones para la empresa.

La correspondiente evaluación financiera nos permitirá realizar un análisis sobre el desenvolvimiento económico y financiero de la empresa consultora, los mismos que generaran los siguientes indicadores.

- A.- La tasa interna de retorno (TIR).
- B.- Valor actual neto (VAN).
- C.- Los indicadores financieros.
- D.- Punto de Equilibrio.

4.7.1 Balance de situación inicial

Es un esquema organizado de valores en el cual se da a conocer la situación financiera de la empresa u organización al inicio de sus actividades, se compone de las siguientes cuentas.

Activo

Es el conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad, se agrupan en varias categorías según su liquidez.

Activo circulante

Activos a corto plazo que se espera se convierta en efectivo en un periodo de unos años o menos como son efectivo, cuentas por cobrar, inventarios, suministros de oficina, gastos pre pagado, otros que se pueden convertir en efectivo en el periodo de operación.

Activos fijos

Terreno, maquinaria y equipos, muebles y enceres, gastos pre operativos u otros activos.

Pasivo

Puede definirse como el grupo de obligaciones jurídicas por las cuales el deudor es obliga con el acreedor a pagar con bienes, dinero o servicios. Comprende obligaciones presentes que provengan de operaciones pasadas.

Se clasifican pasivos corrientes que son deudas que se espera sean pagados en un periodo de un año o menos, y por los pasivos a largo plazo que se pagan como o dice en un plazo mayor a un año.

Patrimonio: Es el aporte de los dueños de la empresa en su totalidad.

CUADRO 4.34
EMPRESA ASESORYCONT C.A
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA INICIAL
AL 1ERO DE ENERO DEL 2013

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	32.282,75	Préstamo Corto Plazo	
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	25.442,52
Muebles y enseres	2.514,30	Préstamo Largo Plazo	25.442,52
Muebles de Oficina	922,79		
Equipo de computo	6.160,80		
		TOTAL PASIVOS	25.442,52
OTROS ACTIVOS			
Activos Intangibles	0,00		
		PATRIMONIO	16.438,12
		Capital Propio	16.438,12
		TOTAL PATRIMONIO	16.438,12
TOTAL ACTIVOS	41.880,65	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	41.880,65

ELABORADO POR:

REVISADO POR:

Fuente: Por el autor

4.7.2 Balance de Estados de Resultados

Este constituye otro instrumento de evaluación, el mismo que aporta con la información de las cosas que generaron el resultado al final de un período determinado, sea este un resultado que refleje beneficio es decir utilidad o la pérdida.

El Estado de Resultados está compuesto en primer lugar por el total de los ingresos provenientes de las actividades principales del ente y el costo incurrido para lograrlos.

En evaluación de proyectos, al tratarse de una actividad ex ante, este debe realizarse en función de valores proyectados, es decir sobre los posibles resultados que tendrá la unidad productiva, lo cual ciertamente favorece la elaboración y presentación de dicho estado, se recomienda que la proyección, sea de 10 años.⁴²

Para la evaluación de este proyecto se deben elaborar 2 Estados de Resultados, el primero dirigido hacia el inversionista, el mismo que servirá para demostrar la situación de la empresa desde el punto de vista del inversionista, y también un segundo estado desde el punto de vista del proyecto, este a diferencia del anterior, brindará un perspectiva más real de la situación del proyecto.

⁴²Barreno, Obra Citada, Pag.107

4.7.2.1 Estado de Resultados del inversionista

El Estado de Resultados del inversionista se describe cuando una cierta parte del financiamiento del proyecto se lo realiza por personas a las cuales se las conoce como accionistas y la otra por terceros como son las Instituciones Financieras privadas o públicas.

CUADRO 4.35

EMPRESA ASESORYCONT C.A
ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA
DEL 1ERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

A) CON FINANCIAMIENTO

DETALLE AÑO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas por Servicio	53.480,00	66.911,20	72.279,41	83.991,19	90.280,88
Servicios de Asesoría	53.480,00	66.911,20	72.279,41	83.991,19	90.280,88
(-)Costo de ventas	6.423,17	5.432,35	5.392,61	3.318,46	3.362,28
(=) Utilidad Bruta	47.056,83	61.478,85	66.886,80	80.672,73	86.918,60
(-) Gastos Administración	39.889,33	46.601,00	48.712,78	56.871,45	59.480,40
(-) Gastos Ventas	3.366,00	3.433,32	3.501,99	3.572,03	3.643,47
(=) Utilidad Operacional	3.801,49	11.444,53	14.672,03	20.229,26	23.794,74
(-) Gastos Financieros	2.691,48	2.219,74	1.692,75	1.104,04	446,38
(=) Utilidad antes de reparto	1.110,01	9.224,79	12.979,28	19.125,22	23.348,36
(-) 15% PUT	166,50	1.383,72	1.946,89	2.868,78	3.502,25
(=) Utilidad Antes de Impuestos	943,51	7.841,07	11.032,39	16.256,43	19.846,10
(-) 22% Impuesto a la renta	207,57	1.646,62	2.206,48	3.251,29	3.969,22
(=) UTILIDAD NETA	735,94	6.194,44	8.825,91	13.005,15	15.876,88

Fuente: Por el autor

4.7.2.2 Estado de Resultados del proyecto

El Estado de Resultados del proyecto se refiere cuando en su totalidad el ciento por ciento del financiamiento del proyecto se lo realiza por los accionistas y no por terceros como lo son las Instituciones Financieras, por ende no hay gastos financieros.

CUADRO 4.36

EMPRESA ASESORYCONT C.A
ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

B) SIN FINANCIAMIENTO

DETALLE AÑO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas por Servicio	53.480,00	66.911,20	72.279,41	83.991,19	90.280,88
Servicio de Asesoría	53.480,00	66.911,20	72.279,41	83.991,19	90.280,88
(-) Costo de Ventas	6.423,17	5.432,35	5.392,61	3.318,46	3.362,28
(=) Utilidad Bruta	47.056,83	61.478,85	66.886,80	80.672,73	86.918,60
(-) Gastos Administración	39.889,33	46.601,00	48.712,78	56.871,45	59.480,40
(-) Gastos Ventas	3.366,00	3.433,32	3.501,99	3.572,03	3.643,47
(=) Utilidad Operacional	3.801,49	11.444,53	14.672,03	20.229,26	23.794,74
(-) Gastos Financieros	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de reparto	3.801,49	11.444,53	14.672,03	20.229,26	23.794,74
(-) 15% PUT	570,22	1.716,68	2.200,80	3.034,39	3.569,21
(=) Utilidad Antes de Impuestos	3.231,27	9.727,85	12.471,23	17.194,87	20.225,53
(-) 22% Impuesto a la renta	710,88	2.042,85	2.494,25	3.438,97	4.045,11
(=) UTILIDAD NETA	2.520,39	7.685,00	9.976,98	13.755,89	16.180,42

Fuente: Por el autor

4.8 FLUJO DE CAJA

Este elemento tanto en finanzas como en economía se lo entiende como las entradas y salidas de dinero de caja o en efectivo, en un período determinado.

El estudio de los flujos de caja o flujos de fondos dentro de una organización permite analizar la viabilidad del proyecto de inversión, los flujos de fondos constituyen la base de cálculo del valor actual neto y de la tasa interna de retorno. De la misma manera que se realizó con el Estado de Resultados, también se elaborará un flujo de caja para el inversionista así también como un flujo de caja del proyecto.

4.8.1 Flujo de caja del Inversionista

CUADRO 4.37
EMPRESA ASESORYCONT
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

DETALLE AÑO	AÑOS					
	-	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		735,94	6.194,44	8.825,91	13.005,15	15.876,88
Depreciaciones		2.376,77	2.376,77	2.376,77	343,71	343,71
Amortizaciones		-	-	-	-	-
Valor residual						
Capital de trabajo						
Inv. Inicial	41.880,65				6.160,80	
Préstamo	25.442,52					
Amortización Capital		2.691,48	2.219,74	1.692,75	1.104,04	446,38
FLUJO NETO DE CAJA	- 16.438,12	421,23	6.351,48	9.509,93	6.084,02	15.774,21

Fuente: Por el autor

4.8.2 Flujo de Caja del proyecto

CUADRO 4.38
EMPRESA ASESORYCONT
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

DETALLE AÑO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		2.520,39	7.685,00	9.976,98	13.755,89	16.180,42
Depreciaciones		2.376,77	2.376,77	2.376,77	343,71	343,71
Amortizaciones		-	-	-	-	-
Valor residual						
Capital de trabajo						
Inv. Inicial	41880,65				6.160,80	
Préstamo						
Amortización Capital						
FLUJO NETO DE CAJA	-41880,65	4.897,16	10.061,77	12.353,76	7.938,80	16.524,13

Fuente: Por el autor

4.9 COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL.

Tasa de descuento ponderada o tasa de oportunidad

Sin lugar a duda el resultado de la evaluación financiera de un proyecto depende en gran medida del valor de la tasa de descuento, ya que esta es fundamental en la actualización de los flujos de caja, por cuanto un valor muy bajo de la misma conllevará a una sub valoración del costo del capital y un valor demasiado elevado significará una sobre valoración de lo que al inversionista realmente le cuesta sus recursos.⁴³

⁴³Barreno, Obra citada, pág. 113

TASAS VIGENTES

Cuadro 4.39

Detalle	Porcentaje
Tasa Activa	11,83%
Tasa Pasiva	4,53%
Capital Ajeno	61%
Capital Propio	39%
Tasa de Riesgo	14,00%
Tasa de Impuestos	36,25%

Fuente: Por el autor

4.9.1 Tasa de descuento del inversionista

$Co = (Tasa\ Activa) * (1 - Tasa\ de\ Impuestos) * (Peso\ \% \ de\ Préstamo) + (Tasa\ Pasiva) * (Peso\ \% \ de\ Recursos\ Propios) + (Tasa\ de\ Riesgo)$

$$CO = (0,1183) (1 - 0,3625) (0,61) + (0,0453) (0,39) + (0,14)$$

$$CO = 20,55$$

4.9.2 Tasa de descuento del proyecto

$Co = (Tasa\ Pasiva) * (Peso\ \% \ de\ Recursos\ Propios) + (Tasa\ de\ Riesgo)$

$$CO = (0,0453) (0,39) + (0,14)$$

$$CO = 15,77$$

Una vez calculado las tasas de descuento se procede a aplicarlos respectivamente en los flujos de caja del inversionista y del proyecto para de esta manera obtener los flujos netos de caja actualizados.

4.10 VALOR PRESENTE NETO (VAN)

“El valor actual neto significa traer a valores a hoy los flujos futuros y se calcula sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica”⁴⁴.

- Si el VAN es positivo, la rentabilidad proyecto será mayor al costo de oportunidad exigido por lo tanto puede ser aceptado.
- Si el VAN = 0 el flujo actualizado se iguala al desembolso es decir se recupera la inversión.
- Si el VAN es menor a cero no se recupera el capital invertido, es decir hay pérdida real a la tasa de interés esperada

Tasa de descuento del Inversionista: 20,55%

CUADRO 4.40

4.10.1 Van Del Inversionista

DETALLE AÑO	AÑOS						TOTAL	VALOR ACTUAL NETO
	0	1	2	3	4	5		
FLUJO NETA DE CAJA	-16.438,12	421,23	6.351,48	9.509,93	6.084,02	15.774,21	38.140,86	
VAN	-16.438,12	349,42	4.370,51	5.428,30	2.880,75	6.195,72	19.224,70	2.786,57

Fuente: Por el autor

ANÁLISIS:

El valor actual neto resulta en valor positivo, lo cual es importante ya que una vez descontado el valor de la inversión inicial se estará acumulando el valor resultante, el VAN del Inversionista es de **2.786.57 USD** por lo que se puede decir que va a tener la recuperación de la inversión más un valor adicional, concluyendo así que el proyecto es viable, pero no tan generosamente.

Tasa de descuento del Inversionista: 15,77%

CUADRO 4.41

4.10.2 Van Del Proyecto

DETALLE AÑO	AÑOS						TOTAL	VALOR ACTUAL NETO
	0	1	2	3	4	5		
FLUJO NETA DE CAJA	-41.880,65	4.897,16	10.061,77	12.353,76	7.938,80	16.524,13	51.775,63	
VAN	-41.880,65	4.230,20	7.507,71	7.962,47	4.419,98	7.946,95	32.067,31	9.813,34

Fuente: Por el autor

ANALISIS:

En este caso el valor actual neto resulta en valor negativo, lo cual es importante resaltar ya que una vez descontado el valor de la inversión inicial no se acumula un valor restante, ni incluso se llega a terminar de descontar el valor de la inicial de la inversión en el ciclo estimado del proyecto, más bien se estima que se lo recuperaría al sexto año.

Esto se debe a que al ser financiado ciento por ciento por los dueños el valor inicial es más grande y por ende su recuperación es mayor.

4.11 TASA INTERNA DE RETORNO TIR:

Técnica compleja del presupuesto de capital; tasa de descuento que iguala el VPN de oportunidad de inversión a 0 dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.”⁴⁵

Por medio del análisis de la TIR se representa el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como recompensa a la decisión de intervenir en una alternativa de inversión.

Formula:

$$V_p = \frac{VF}{(1+r)^1} + \frac{VF}{(1+r)^2} + \frac{VF}{(1+r)^n}$$

Nomenclatura:

tm: Tasa Menor

TM: Tasa Mayor

VAN: Valor Actual Neto

De la misma manera que se realizó con los anteriores elementos de evaluación se procederá a realizar el cálculo de la TIR para el inversionista y del proyecto.

⁴⁵Gitman, Obra citada, pág. 359

4.11.1 TIR inversionista

i: Mayor: 27,10%

i:Menor: 25,10%

CUADRO 4.42

TIR DEL INVERSIONISTA

DETALLE AÑO	AÑOS						
	0	1	2	3	4	5	
FLUJO NETA DE CAJA	-16.438,12	421,23	6.351,48	9.509,93	6.084,02	15.774,21	
FCN MAYOR	-16.438,12	331,49	3.933,57	4.634,96	2.333,54	4.761,33	-443,23
FCN MENOR	-16.438,12	336,79	4.060,38	4.860,89	2.486,42	5.154,40	460,75

Fuente: Por el autor

TIR: 26,1% Se determina que por cada dólar invertido se va a recuperar el 26,1%

Podemos observar que el proyecto con inversión financiera tendremos un TIR del 26,1% siendo un porcentaje aceptable tanto para el proyecto como para los inversionistas del mismo.

4.11.2 TIR Proyecto

i: Mayor: 7,6%

i:Menor: 5,6%

CUADRO 4.43

TIR DEL PROYECTO

DETALLE AÑO	AÑOS						
	0	1	2	3	4	5	
FLUJO NETA DE CAJA	-41.880,65	4.897,16	10.061,77	12.353,76	7.938,80	16.524,13	
FCN MAYOR	-41.880,65	4.553,95	8.700,86	9.934,13	5.936,49	11.490,45	-1.264,76
FCN MENOR	-41.880,65	4.640,25	9.033,76	10.509,68	6.399,45	12.621,27	1.323,76

Fuente: Por el autor

TIR: 6,6% Se determina que por cada dólar invertido se va a recuperar el 6,6%

Mientras tanto en el proyecto financiado con recursos propios tendremos un TIR del 6,6% siendo un porcentaje de recuperación poco atractivo para los accionistas , dando a concluir que es mejor apalancarse financieramente con recursos de terceros que invertir capital propio en mayor porcentaje, es decir inyectar más recurso ajeno que recurso propio para negocios o proyectos.

4.12 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el periodo de recuperación de la inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Se refiere al periodo estimado en que se espera recuperar por completo toda la inversión inicial, es decir es el tiempo que tarda el proyecto en recuperar la inversión total, empleando los flujos de caja actualizados.

¿En qué consiste el PRI?

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

¿Cómo se calcula el estado de Flujo Neto de Efectivo (FNE)?

Para calcular los FNE debe acudirse a los pronósticos tanto de la inversión inicial como del estado de resultados del proyecto. La inversión inicial supone los diferentes desembolsos que hará la empresa en el momento de ejecutar el proyecto (año cero). Por ser desembolsos de dinero debe ir con signo negativo en el estado de FNE.

Del estado de resultados del proyecto (pronóstico), se toman los siguientes rubros con sus correspondientes valores: los resultados contables (utilidad o pérdida neta), la depreciación, las amortizaciones de activos diferidos y las provisiones. Estos resultados se suman entre sí y su resultado, positivo o negativo será el flujo neto de efectivo de cada periodo proyectado.

4.12.1 Periodo de recuperación del inversionista

CUADRO 4.44

PRI DEL INVERSIONISTA						
DETALLE AÑO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FCN	-16.438,12	421,23	6.351,48	9.509,93	6.084,02	15.774,21
VAN INVERSIONISTA	-16.438,12	349,42	4.370,51	5.428,30	2.880,75	6.195,72
PRI	-16.438,12	-16.088,71	-11.718,19	-6.289,89	-3.409,14	2.786,57

Fuente: Por el autor

Análisis:

Como podemos observar la inversión inicial es de \$16.438,12 lo cual se empieza recuperar sucesivamente en el año 5 para en adelante generara valores acumulados en beneficio de los inversionistas, siendo un poco más exactos la inversión realizada por los accionistas será recuperado en el transcurso de 4 años y 4 meses, siendo un transcurso de tiempo aceptable como en todo proyecto a pesar de ello no hay que dejar a un lado que tenemos una amortización de la deuda de cinco años.

4.12.2 Periodo de recuperación del proyecto

CUADRO 4.45

PRI DEL PROYECTO						
DETALLE AÑO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FCN	-41.880,65	4.897,16	10.061,77	12.353,76	7.938,80	16.524,13
VAN PROYECTO	-41.880,65	4.230,20	7.507,71	7.962,47	4.419,98	7.946,95
PRI	-41.880,65	-37.650,44	-30.142,74	-22.180,26	-17.760,28	-9.813,34

Fuente: Por el autor

Análisis:

Como podemos observar la inversión inicial es de \$41.880,65 lo cual se empieza recuperar sucesivamente en el año 6 en adelante, Es decir la inversión inicial realizada por el proyecto será recuperado en el transcurso de los seis años un tiempo de recuperación muy larga y que realmente no convendría mucho a los inversionistas del proyecto de hecho no les parecería muy gustoso el tiempo que deberían de esperar para la recuperación de su dinero.

4.13 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del PUNTO DE EQUILIBRIO estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por PUNTO DE EQUILIBRIO aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

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

“Es una herramienta o técnica de Planeación Financiera, que tiene por objeto predeterminar el número de unidades que necesita producir y vender una empresa para absorber sus costos variables y sus costos fijos totales”.⁴⁶

Es decir el punto de equilibrio es aquel nivel de producción en el cual la empresa ni pierde ni gana, es decir el punto en el cual los costos fijos más los costos variables (costo total) es igual al ingreso total.

Por medio de este análisis se determina que a partir del punto de equilibrio para arriba se presentan las utilidades, en cambio que hacia abajo existen pérdidas.

4.13.1 Punto de equilibrio por servicio

PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO 4.46

DETALLE AÑO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo Fijo	52.369,99	57.686,41	59.300,13	64.865,97	66.932,52
Costo Variable	-	-	-	-	-
Costo Total	52.369,99	57.686,41	59.300,13	64.865,97	66.932,52
Ventas	53.480,00	66.911,20	72.279,41	83.991,19	90.280,88
Punto de Equilibrio	52.369,99	57.686,41	59.300,13	64.865,97	66.932,52

Fuente: Por el autor

ANALISIS:

Mediante los correspondientes cálculos realizados año a año podemos darnos cuenta que para que la empresa no tenga pérdidas en el **primer año** las ventas deben ser de **\$52.369,99** es decir que en este punto el margen de contribución total de la empresa es igual a los costos fijos totales, punto en el cuál no se obtiene ni pérdida ni ganancia.

De la misma manera para que la empresa no tenga pérdidas en el **año 5** las ventas deben ser de **\$66.932,52** es decir que en este punto el margen de contribución total de la empresa es igual a los costos fijos totales, punto en el cuál no se obtiene ni pérdida ni ganancia.

Las proyecciones de ventas que la empresa tiene tanto para en el año 1 como el año 5 sobrepasan estas cantidades de ventas que se debe tener para alcanzar el punto de equilibrio, dejando a un lado tal incertidumbre de saber si se podría o no alcanzar tal cantidad de ventas.

Punto de equilibrio por servicio

Cuadro 4.47

Punto Equilibrio Tributario %	12.045,10	13.267,87	13.639,03	14.919,17	15.394,48
Punto Equilibrio Contable %	18.329,50	20.190,24	20.755,05	22.703,09	23.426,38
Punto Equilibrio Financiero %	21.995,40	24.228,29	24.906,06	27.243,71	28.111,66

P.E EN VALORES

Punto Equilibrio Tributario \$	98% PERSONAS ANUAL	68% PERSONAS ANUAL	66% PERSONAS ANUAL	57% PERSONAS ANUAL	56% PERSONAS ANUAL
	1.204	885	909	827	855
Punto Equilibrio Contable \$	100% PERSONAS ANUAL	96% PERSONAS ANUAL	90% PERSONAS ANUAL	87% PERSONAS ANUAL	79% PERSONAS ANUAL
	153	155	154	157	151
Punto Equilibrio Financiero \$	96% PERSONAS ANUAL	93% PERSONAS ANUAL	88% PERSONAS ANUAL	87% PERSONAS ANUAL	85% PERSONAS ANUAL
	147	150	151	156	161

PE. EN PRECIO

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TRIBUTARIO	10	15	15	18	18
	12.040	13.275	13.635	14.886	15.390
CONTABLE	120	131	135	145	155
	18.360	20.305	20.790	22.765	23.405
FINANCIERO	150	161	165	175	175
	22.050	24.150	24.915	27.300	28.175

Fuente: Por el autor

ANALISIS:

Para lograr el punto de equilibrio en donde los costos son iguales a las ventas y no exista pérdida ni ganancia la empresa en el primer año tendrá que vender en cada uno de sus servicios la siguiente cantidad.

TRIBUTARIO

Tendría que vender la cantidad de \$12.040,00 es decir 1.204 personas anualmente esto en meses a 100 personas y en días laborables a 5 personas, realmente es un número real al cual podría razonablemente atender diariamente para lograr el punto de equilibrio en este servicio, algo alcanzable. Los 12.040,00 se obtuvo multiplicando el valor del servicio tributario por la cantidad de personas a las cuales se les atenderá anualmente.

CONTABLE

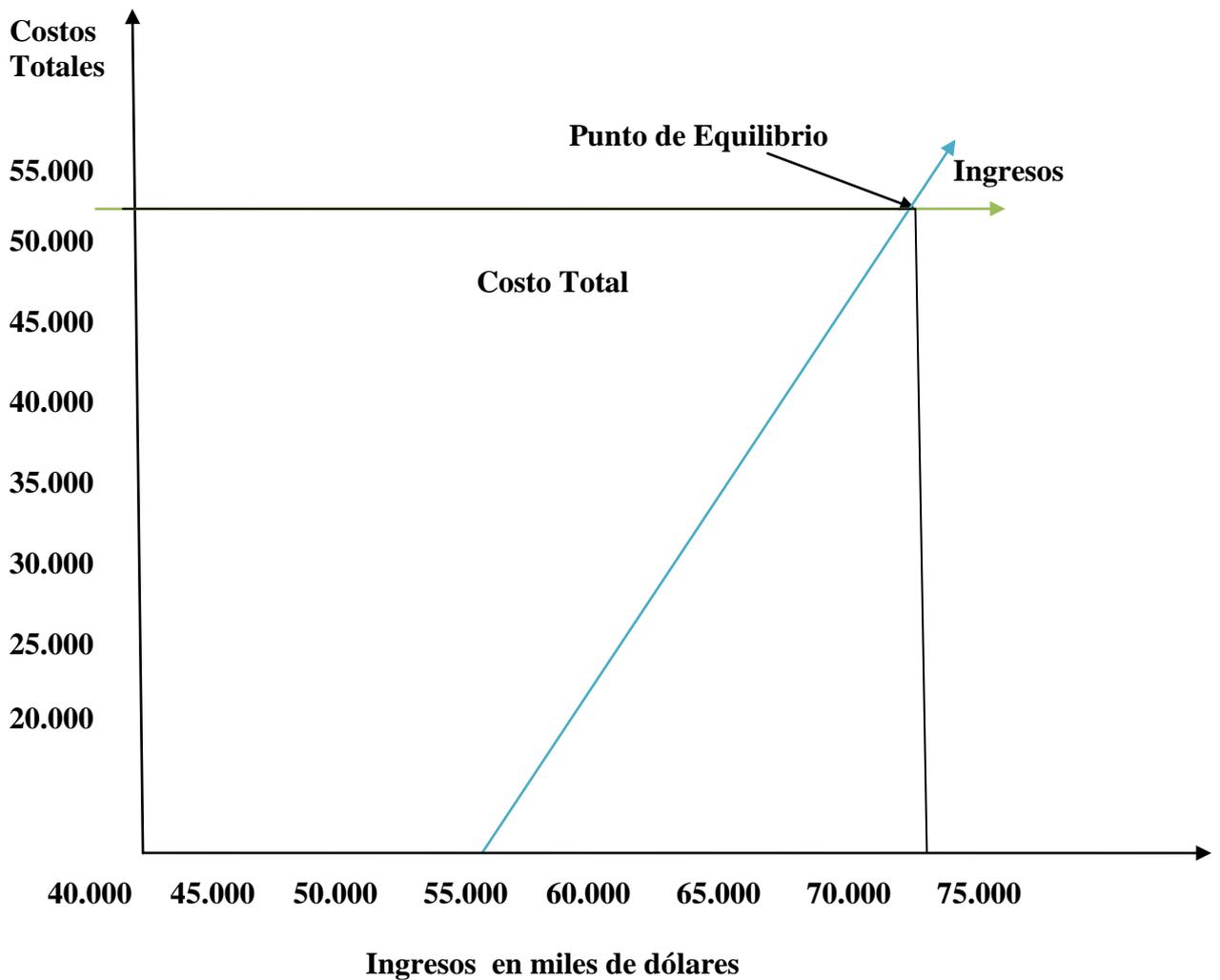
Tendría que vender la cantidad de \$18.360,00 es decir 153 personas anualmente y en meses a 13 personas, mientras que en semanas será a 3 persona, de la misma manera se observa que es un número el cual podría ser alcanzable para la prestación del servicio y con ello lograr el punto de equilibrio deseado. Los 18.360,00 se obtuvo multiplicando el valor del servicio contable por la cantidad de personas anuales.

FINANCIERO

Tendría que vender la cantidad de \$22.050,00 es decir 147 personas anualmente y en meses a 13 personas, mientras que en semanas será a 3 persona, siendo aún más un número más razonable de atención del servicio, alcanzable para lograr el punto de equilibrio deseado en este servicio. Los 22.050,00 se obtuvo multiplicando el valor del servicio financiero por la cantidad de personas a las cuales se les atenderá anualmente.

El gráfico que a continuación se detalla el punto de equilibrio es el gráfico general el cual contiene los tres servicios en uno solo, permitiendo de esta manera darnos cuenta de la cantidad del servicio requerido para ganar perder o mantenernos en cero.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



Análisis:

Para el primer año de funcionamiento los ingresos de ventas que ASESORYCONT C.A deben ser de **\$52.369.99** para llegar al punto de equilibrio, en donde no pierda ni gane.

4.14 INDICES FINANCIEROS

Los índices financieros son herramientas de análisis que permiten observar el comportamiento y desarrollo interno de la empresa.

4.14.1 Índices de rentabilidad

Estas medidas permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios.

1.- Margen de utilidad bruta

Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que la empresa pague sus costos de producción. Cuanto más alto el Margen de Utilidad Bruta, es mejor.

Interpretación: el MUB va aumentando con los años lo que es positivo puesto que es el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después que la empresa pague sus costos, por ende siendo positivo para sus inversionistas.

2.- Margen de utilidad operativa

Mide el porcentaje de cada dólar que queda después de que se deducen todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y repartos. Cuanto más alto el Margen de Utilidad Operativa, es mejor.

3.- Margen de utilidad neta

Mide el porcentaje de cada dólar de venta que queda después que se pagaron todos los costos y gastos incluyendo intereses, impuestos, y repartos. Cuanto más alto en este margen, es mejor.

3.- ROA (rendimiento sobre los activos totales):

ROA DEL INVERSIONISTA

“Mide la eficacia general de la administración para generar utilidades con activos disponibles. Cuanto más alto es el rendimiento sobre los activos totales de la empresa, es mejor.”⁴⁷

ROA DEL PROYECTO

4.- ROE (retorno sobre el patrimonio):

“Mide el retorno ganado sobre la inversión de las accionistas comunes en la empresa. Generalmente cuanto más alto es este rendimiento, más ganan los propietarios.”⁴⁸

ROE del proyecto

...

4.14.2 Índice de endeudamiento

Es el porcentaje que tiene la empresa de endeudamiento en relación con el capital que se ha invertido.

Cuanto mayor sea el índice, mayor es el monto de los recursos ajenos que se usa para pagar utilidades.

Este valor resulta de la división de la utilidad neta después del impuesto sobre las ventas.

$$\text{UTILIDAD OPERACIONAL/ G. INTERES} = 3.801,49/ 2.691,48= 1,41$$

COBERTURA DE INTERESES

GRAFICO 4.55

INVERSIONISTA

DETALLE AÑO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
M.U.N	1,41	5,16	8,67	18,32	53,31

Interpretación: La empresa en el primer año tiene la capacidad de 1,41 veces para cubrir el pago de la deuda que mantiene con el Banco del Pacifico el cual se va incrementando año a año llegando al año quinto a tener la capacidad de 53,31 veces de cubrir los gastos de intereses incurridos.

En el caso del proyecto el quinto año sería el último ya que el financiamiento se lo realizó únicamente para los cinco años en conclusión el sexto año no contaría con ninguna deuda.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

- Mediante las encuestas aplicadas en el estudio de mercado, se pudo determinar que el cincuenta y nueve por ciento de las PYMES estarían dispuestas a que una nueva empresa asesora se encargue de llevar la administración contable tributaria y financiera del negocio en su totalidad.
- Mediante el análisis realizado al mercado de Tumbaco se pudo determinar que existe una gran demanda de las personas así los tres servicios, sin embargo el aspecto tributario tiene mayor demanda debido al gran problema que la misma genera, ocasionado por las reformas fiscales que se dan a este sector económico y también debido a que esta área es muy compleja para una persona que no tiene conocimiento en este campo.
- Mediante la investigación aplicada también se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha del mercado, la cual no ha podido ser atendida adecuadamente, debido al gran número de pymes que actualmente existe en la parroquia y esta se encuentra en crecimiento.
- De acuerdo al estudio técnico se determinó que el lugar adecuado para la ubicación del proyecto es en el centro del Valle de Tumbaco ya que por su ubicación contribuye a que las personas no les tome mucho tiempo en llegar al centro, permitiendo tener un gran espacio y un mayor

volumen de producción debido a que en el mercado existe una gran cantidad de recurso humano que cuenta con las habilidades y competencias necesarias, que podría formar parte del equipo de trabajo dentro del centro, así también como a la accesibilidad de la tecnología que radica en la zona.

- La inversión total que el proyecto requiere desde \$41.880,65 del cual el 39 % que representa \$16.438,12 será financiado con recursos propios y el 61, % que es de \$25.442,52 será financiado con recursos ajenos. Una vez que ha sido revisada todas las opciones de financiamiento se ha llegado a la conclusión que la mejor opción es los préstamos que otorga el Banco de Pacifico a sus clientes con el Crédito PYMES al 11,22% a cinco años.

- Los ingresos anuales que el proyecto tendrá serán de \$53.480,00 este valor corresponde a los ingresos de los tres servicios propuesto cuyos valores están divididos de la siguiente manera tributario \$12.224,00, contable \$18.336,00 y financiero con \$22.920,00 aunque el servicio tributario tiene mayor demanda sus ingresos no son tan representativos como los servicios contable y financiero, que son los que más aportan al ingreso anual que el proyecto tendrá.

- Los costos totales que el proyecto incurrirá para la prestación del servicio en el primer año serán de \$47.383,94, los cuales está detallados uno a uno desde los más importantes hasta los menos importantes con el único objetivo que el servicio cuente con todo lo necesario para su mejor prestación.

- Mediante los estudios financieros realizados se pudo determinar que si se justifica la creación de una nueva empresa que preste los servicios de asesoramiento Contable, tributario y financiero al sector micro empresarial del Valle de Tumbaco.

- La tasa interna de retorno (TIR) que obtuvo el proyecto es del 26.1%, lo cual resulta muy favorable para continuar con el proceso de implementación del proyecto, es decir por cada dólar invertido se recupera el 26.1% el mismo que es mayor al costo de oportunidad del 20,55% exigido por los accionistas, llegando a determinar que el presente proyecto es viable de acuerdo a todos los estudios previamente realizados, su funcionamiento generará utilidades para la empresa desde el primer año de funcionamiento por tanto es beneficioso para los socios viendo en la empresa un negocio rentable.

- El servicio que realizarán nuestros asesores se caracteriza por su calidad en el desempeño de su trabajo, por lo mismo se cuenta con profesionales especializados en cada una de las ramas ofrecidas, los mismos que harán que la empresa ASESORYCONT C.A sea en pocos años una empresa de renombre a nivel nacional.

- El factor preponderante que considerarán nuestros clientes es la calidad de servicio y su precio los mismos que están ajustados a la realidad económica del país, por lo tanto se mantendrán precios que sean accesibles a los microempresarios y a su vez rinda beneficios para la empresa.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda invertir en el proyecto ya que se está incursionando en un mercado con una gran demanda insatisfecha con una gran oportunidad de recuperar la inversión inicial realizada.
- Invertir en una infraestructura física la misma que permitirá la prestación del servicio como empresa asesora en el mercado a nuestros clientes.
- Implementar un centro de asesoramiento en el valle de Tumbaco que cubra la gran demanda insatisfecha que existe, siendo capaz de satisfacer las necesidades actuales que tienen las pymes del sector, permitiendo de esta manera no solo obtener beneficios financieros, sino ofrecer un servicio hacia el mercado y contribuir al mejoramiento de la sociedad.
- Se recomienda que el centro de asesoramiento este ubicado en el centro de Tumbaco así también como contar con un grupo de trabajo especializados en cada una de las áreas de asesoría que dispone la empresa, estas personas deben tener como objetivo común una cultura de superación la misma que exige que seamos mejores cada día
- Acceder al préstamo que otorga el Banco del Pacifico ya que es una de las financieras que incentiva a sus usuarios a crecer económicamente, beneficiándonos de la tasa de interés propuesta.
- Es necesario e imprescindible que la empresa realice planificaciones al inicio de cada año en donde se exponga las estrategias o tácticas que van a utilizar para poder ganar mayor mercado e incrementar las ventas.
- De la misma manera se recomienda hacer un plan presupuestario de todos los gastos que la empresa va a tener en el año con el único objetivo de tener un mayor control de los costos necesarios para la prestación de los servicios.

- Se recomienda construir una empresa con visión de expansión en todo el mercado de Tumbaco y posteriormente a sus parroquias aledañas a través de medios publicitarios y de la calidad de servicio propuesto, permitiendo tener mayor posicionamiento sobre el mismo, el cual nos permitirá tener mayores utilidades, los cuales serán reflejados en nuestros índices financieros de la empresa.

- Mantener como política empresarial la capacitación a todos los trabajadores de la empresa con el objetivo de estar actualizados a todos los cambios que se puedan presentar ya sean tecnológicos, económicos, profesionales, etc.

- Es importante reconocer e inculcar a toda empresa que los y nuestros clientes son el motor fundamental para su desarrollo, por ende se merecen la mejor atención, el mejor trato y sobre todo entregar confianza y profesionalismo en el servicio que estamos entregando, así también como el manejo de los precios los cuales deben ser accesibles en función a los precios establecidos en el mercado en el cual radica la empresa asesora.

BIBLIOGRAFÍA

1. Samuelson, Paul, Nordhaus, William, "Economía" McGraw – Hill, Doudecimaedición, México, 1988
2. Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de proyectos", Editorial McGraw-Hill, Quita edición, Corea
3. Barreno, Luis, " Manual de formación y evaluación de proyectos", primera edición, Quito, 2004
4. BoltonSteven E. "Administración Financiera" limusa grupo Noriega editors, cuarta edición 1992, México
5. Morello, Antonio, "El plan de negocios de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo", McGraw-Hill, D´VINNI Ltda., Santa Fe de Bogotá, Colombia, 2000
6. Fincowsky, Benjamins, Enrique, Franklin, "Organización de empresas " , tercera edición, México, McGraw-Hill, 2009
7. Kotler Philip, Fundaments de Marketing. Prentice Hall. México (1996)
8. Ley de compañías 2010
9. Martínez Estrada, Alejandro, "Elementos de Economía", 4º Curso, Maya ediciones, Quito, Ecuador, 2001
10. NassirSapag, Chain, "Evaluación de proyectos de inversión en la empresa", Editorial Prentice –Hall, AntarticaQuebecor S.A, Chile, Enero 2001
11. Perdomo Moreno, Abraham. "Planeación Financiera para épocas normales y de inflación.". Editorial PEMA, México 2001
12. Sigeljoel g, shimjae k, "contabilidad financiera" , McGRAW-HILL, México, 1986, ColombiaBogotá, primera edición

PÁGINAS WEB:

- <http://es.wikipedia>
- <http://es.google.com>
- <http://www.conquito.org.ec>
- <http://www.lacamaradequito.com>
- <http://www.lectoracademia.com>
- <http://www.quito.gob.ec/>
- <http://www.scribd.com>
- <http://www.sri.gob.ec>
- <http://www.actived.es/culturatumbaco/pagina2html>
- <http://www.pimesecador.gob.ec>
- <http://www.CAPEIPI.gob.ec>
- <http://www.asesorias.gob.ec>
- <http://www.Finanzas.gob.ec>
- <http://www.INEC.gob.ec>
- <http://www.bce.fin..gob.ec>
- <http://www.superintendencia.gob.ec>
- [Leydecompañías2011.](#)
- [Secretaria territorio y vivienda.](#)
- [Administración zonal DE TUMBACO.](#)
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-riesgo-pais-eleva-la-tasa-de-interes-97818.html>
- <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5>
- https://www.bancodelpacifico.com/files/PDF/TransparenciaInformacion/Operaciones_Credito2011.pdf

A N E X O S

ANEXO 1



PARQUE CENTRAL DE LA PARROQUIA DE TUMBACO

ANEXO 2



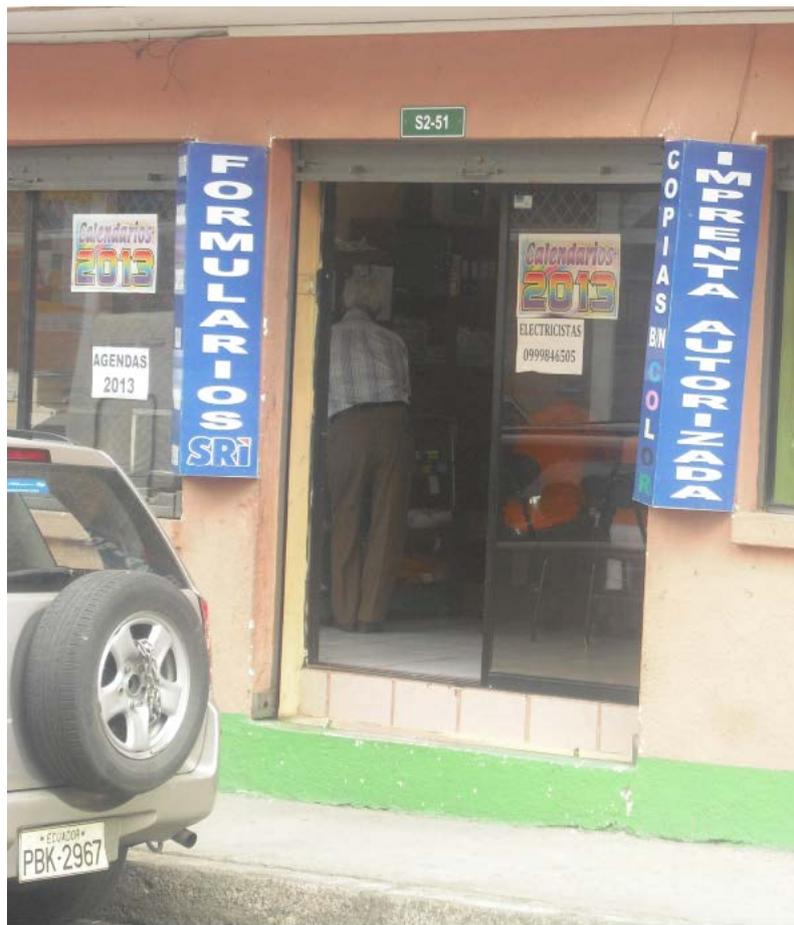
VALLE DE TUMBACO

ANEXO 3



TRANSPORTE PRINCIPAL DEL VALLE DE TUMBACO

ANEXO 4



EMPRESA ASESORA MALL SERVICIOS CONTABLES

ANEXO 5



EMPRESA ASESORA NEGOCIOS Y SERVICIOS

ANEXO 6



PRINCIPAL COMPETENCIA BEJARANO Y JIBAJA

**ANEXO 7
PRECIOS DE LA COMPETENCIA**

COTIZACIÓN DE PRECIOS

NOMBRE DE LA EMPRESA:	cc "Mollecurios contables"
FECHA CONSTITUCION:	26 de Septiembre del 2000.
TELEFONO:	2.374-074
DIRECCION:	Intervencion y Gestion de concursal segunda S/H.
PROPIETARIO:	SR. Maceda Avila
SERVICIOS:	Asesorias tributarias, IESS, Ministerio relaciones laborales Supercomputos, Registro mercantil, Asesorias contables financieras.
CAPACIDAD DE SERVICIOS	130 personas al mes.

VALORES DE LOS SERVICIOS		
DESCRIPCION		VALOR
DECLARACION DEL IVA	MENSUAL	15,2 ²
	SEMESTRAL	40,8 ²
DECLARACION IMPUESTO A LA RENTA		30,2 ²
ANEXO DE GASTOS PERSONALES		50,2 ²
SERV. CONTABILIDAD	PEQ. EMPRESAS	150,2 ²
	MED. EMPRESAS	200,2 ²
SERV. FINANCIERO	PEQ. EMPRESAS	160,2 ²
	MED. EMPRESAS	200,2 ²
GESTIONES ADMINISTRATIVAS SRI IESS		40,2 ²
DECLARACIONES PARIMONIALES		180,2 ²

OBSERVACIONES:	Esta empresa dedica el mayor porcentaje de la prestación de sus servicios a la parte tributaria, mas que a la parte contable y financiera, por el mismo hecho de ser una industria autorizada por el SRI.
----------------	---

COTIZACIÓN DE PRECIOS

NOMBRE DE LA EMPRESA:	cc "Ejecución y Servicios"
FECHA CONSTITUCION:	12 Noviembre 2014.
TELEFONO:	2.377-672.
DIRECCION:	Tumbuco, Gonzalo Pizarro y Fray Gonzalo de Ovejuna
PROPIETARIO:	Ing Evelyn Cisneros.
SERVICIOS:	Contables, Tributarios y Financieros actualizaciones.
CAPACIDAD DE SERVICIOS	120 personal al mes.

VALORES DE LOS SERVICIOS		
DESCRIPCION		VALOR
DECLARACION DEL IVA	MENSUAL	15,00
	SEMESTRAL	45,00
DECLARACIÓN IMPUESTO A LA RENTA		45,00
ANEXO DE GASTOS PERSONALES		60,00
SERV. CONTABILIDAD	PEQ. EMPRESAS	130,00
	MED. EMPRESAS	200,00
SERV. FINANCIERO	PEQ. EMPRESAS	150,00
	MED. EMPRESAS	250,00
GESTIONES ADMINISTRATIVAS SRI IESS		50,00
DECLARACIONES PARIMONIALES		200,00

OBSERVACIONES:	En el caso de esta empresa en los servicios financieros, cobra por porcentaje según lo indica o estrategia financiera que aplique.

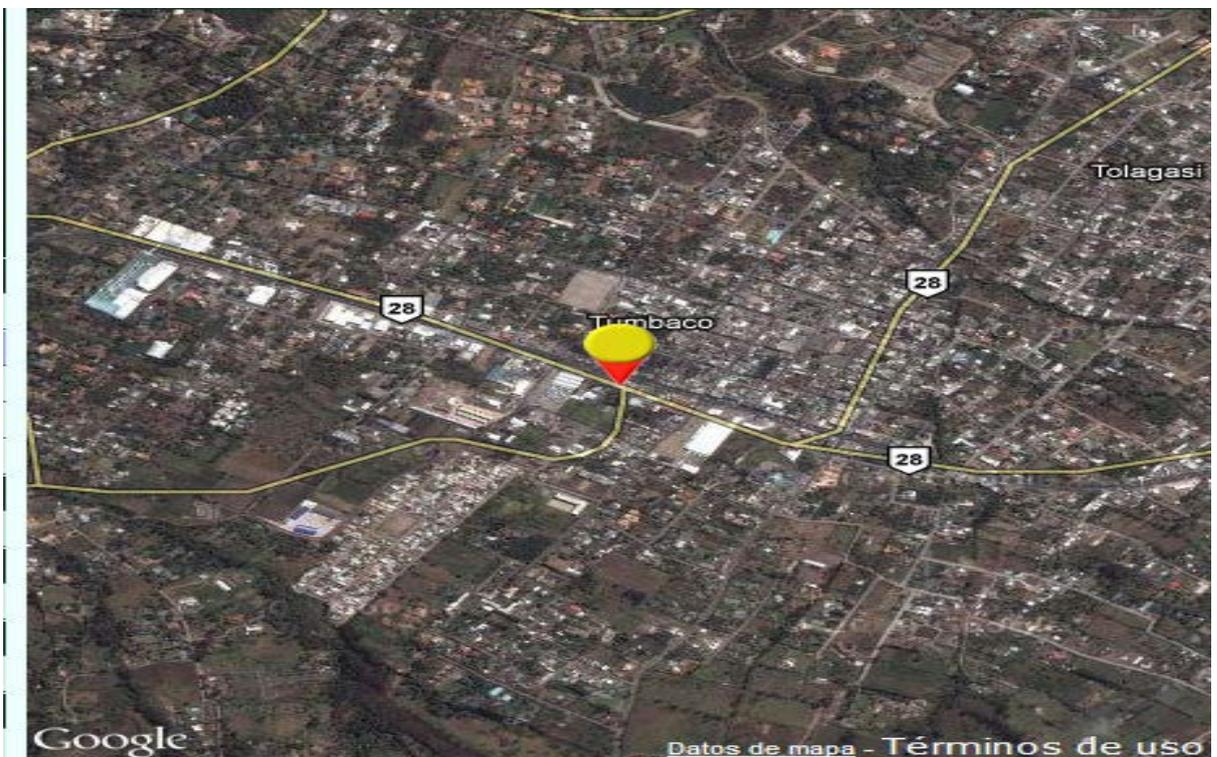
COTIZACIÓN DE PRECIOS

NOMBRE DE LA EMPRESA:	«Bajonano y Jibaja Asesores»
FECHA CONSTITUCION:	1998 P.R. y S.D.T. C.A.
TELEFONO:	2.378-546.
DIRECCION:	Gonzalo Nizara y Francisco de Orellana. OE 1-40.
PROPIETARIO:	Gen. Ing. Gustavo Bajonano.
SERVICIOS:	Contable, Tributarios y Financieros.
CAPACIDAD DE SERVICIOS	150. Posturas mensualmente.

VALORES DE LOS SERVICIOS		
	DESCRIPCION	VALOR
DECLARACION DEL IVA	MENSUAL	150 + IVA
	SEMESTRAL	50 + IVA
DECLARACION IMPUESTO A LA RENTA		70\$ + IVA.
ANEXO DE GASTOS PERSONALES		80\$ + IVA.
SERV. CONTABILIDAD	PEQ. EMPRESAS	150\$ + "
	MED. EMPRESAS	200\$ " "
SERV. FINANCIERO	PEQ. EMPRESAS	1/2 IVA
	MED. EMPRESAS	1/2 + IVA.
GESTIONES ADMINISTRATIVAS SRI IESS		40\$ + IVA
DECLARACIONES PARIMONIALES		150\$ + IVA.

OBSERVACIONES:	Esta empresa el aspecto financiero tanto para pequeños como medianas empresas sus honorarios se basan en porcentajes.

ANEXO 8



**MACRO LOCALIZACION
EMPRESA ASESORA**

ANEXO 9



AV SIMON BOLIVAR PARQUE CENTRAL

ANEXO 10

**AV SIMON BOLIVAR UNA DE LAS PRINCIPALES VIAS
COMERCIALIZADORAS**



ALTERNATIVA 1

ANEXO 11

SECTOR LA VILLA VEGA



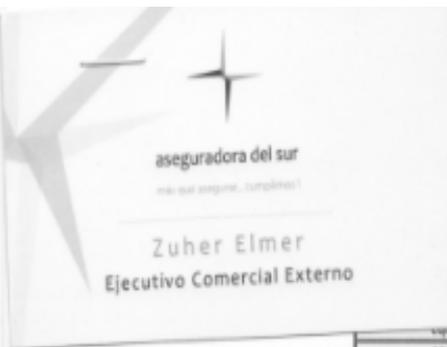
ALTERNATIVA 2

ANEXO 12

SECTOR EL ARENAL



ALTERNATIVA 3 SECTOR



Juan Fernando Concha

ASESORYCONT CA*

ACTIVOS FUOS TANGIBLES

Descripción	Costo en Dolares
Muebles y Enseres	2.315,40
Equipo de Computo	6.358,70
Muebles de Oficina	887,40
TOTAL	9.562,50

*not added
AVI
10/01*

MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor total USD
Mesa de Reunion	Unidad	1	150	150
Archivadores Aereos	Unidad	2	65	130
Archivadores de Madera Grande 4 Gavetas	Unidad	3	130	390
Sillas grafty en cuerlina	Unidad	7	30	210
Sillas hidraulicas con brazo	Unidad	3	80	240
Sillon presidencia	Unidad	1	150	150
Sillas de espera 3 asientos	Unidad	1	130	130
Biblioteca Grande	Unidad	1	190	190
Escritorios	Unidad	4	170	680
Subtotal				2.276,00
Imprevistos 2%				45,40
Total				2.315,40

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor total USD
Laptop	Unidad	3	1109	3327
Computador Escritorio	Unidad	1	939	939
Impresora Matricial multifuncion FAX	Unidad	1	220	220
Software Contable Usuario 5 puntos de Red	Unidad	1	1500	1500
Licencia de Windows y Office 7	Unidad	1	224	224
Switch C - NET BP jr 45	Unidad	1	25	25
Subtotal				6.235,00
Imprevistos 2%				124,70
Total				6.359,70

EQUIPOS DE OFICIA

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor total USD
Telefonos	Unidad	3	40	120
Calculadoras	Unidad	2	10	20
Pizarra o Tableros	Unidad	1	80	80
Proyector	Unidad	1	560	560
Tachos de rasura	Unidad	3	10	30
Equipo despachador de bebidas	Unidad	1	60	60
Subtotal				870,00
Imprevistos 2%				17,40
Total				887,40



• Estaciones de trabajo múltiples
 • Divisiones modulares
 • Sillonería en general
 Dirección: Av. América y Darwigo Espino Telf.: 255 121
 QUITO - ECUADOR

R.U.C.: 1712462652001
 MATEO ATAHUAY BENEBO CALLARUAZO
PROFORMA
 N° 0001344

Fecha: Quito, 08 Enero 2013 Telf./Fax: 0987240505
 Cliente: Asociacom

Dirección: _____
 R.U.C./C.I. _____ Forma de Pago _____ CCU: TARG:

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Mesa de reuniones. 1.90x0.90 abalada	150=	150=
1	Mesa de reuniones redonda 0.90cm. de diametro	100=	100=
3	Archivadores aereos	65=	195=
3	Archivadores. 4 gavetas metalicas	130=	390=
8	Sillas grafitis	30	240=
4	Sillas ejecutivas secretarias.	80=	320=
1	Sillon ejecutivo.	150=	150=
1	Espera 3 puestos.	130=	130=
1	Estacion de trabajo 1.50x1.60	170=	170=
1	Biblioteca. 1.50x0.90x0.40 0% IVA	190	200=
	+ Año de Garantia		

SUB:	Sub - Total
	% IVA
	TOTAL USD

MARINA GARZA _____
 Firma Autorizada Recibi Conforme

La solución perfecta para la administración contabilidad y tributación de su empresa

SIACI

Sistema Administrativo Contable Integrado



Puede ser utilizado de manera integral o por módulo

- Multiempresa
- Multibodega

SRI, genera los anexos: ATS, REOC, y la información para declaraciones IVA e Impuesto a la Renta.

Ramírez Dávalos Nº 270 y Páez, Oficinas 101-102
Tel: 02 2568 767 / 6014 262. Cel: 098771953 / 092796428
E-mail: soporte@siaci.com.ec + www.siaci.com.ec

cada ítem del inventario. Los mismos que pueden ser ubicados en diferentes localizaciones. Adicionalmente los ítems pueden ser transferidos entre las diferentes bodegas.

Descripción Extensiva de Cada Ítem

Usted puede ingresar hasta 10 líneas de 50 caracteres para describir los ítems del inventario

Impresión de Códigos de Barras

Cada uno de los ítems del inventario puede ser etiquetado con un código de barras los mismos que se imprimen directamente desde el sistema. Los Formatos para código de barras 39 y 128 son soportados para una variedad de impresoras.

Costeo del Inventario

SIACI soporta el método de costo promedio para realizar el costeo del inventario.

SIACI

Evolución
Sistema Administrativo Contable Integrado

Conteo Físico

Usted podrá realizar el ajuste de sobrantes o faltantes de artículos al permitir cotejar el inventario lógico con el inventario físico.

Flexible Manera de Establecer Listas de Precios por Artículo o por Grupo de Artículos

Este proceso permite establecer mediante fórmulas desarrolladas por el usuario los precios de los artículos, tomando como base las listas de precios que se establecen en la definición del artículo o tomando como base el último costo y el costo promedio.

Transferencias Entre Bodegas

SIACI Brinda la posibilidad de realizar transferencias de artículos entre bodegas de una misma empresa o entre bodegas de diferentes empresas.

Reportes

- Lista de Artículos General
- Lista de Artículos por Bodega
- Lista de Clases de Artículos
- Lista de Precios del Inventario
- Reporte de Costeo del Inventario
- Resumen de Existencias
- Ganancias Brutas
- Movimiento de Artículos Resumido
- Movimiento de Artículos Detallado

Ramírez Dávalos Nº 270 y Páez, Oficinas 101 - 102 (Quito - Ecuador)
Teléfonos: 02-2568767 / 02-6014262 / 02-6009179 - Móvil: 092796428 / 097346595 / 099901515
Email: soporte.siaci@siaci.com.ec
www.siaci.com.ec

- 1 -

PARROQUIA TUMBACO

SITUADA A 7729 METROS DE ALTURA

HABITANTES 38.600 HABITANTES

PARROQUIALIZACION 08 DE DICIEMBRE DE 1670

NIVEL DE EDUCACION

EL 26.60% DE LA POBLACION REPRESENTA LA PRIMARIA COMO NIVEL MAXIMO DE EDUCACION, ES DECIR TIENEN SIETE AÑOS DE EDUCACION, LOS CUALES HAN CONCLUIDO.

EL 33% DE LA POBLACION REPRESENTA LA EDUCACION SECUNDARIA O BACHILLERATO COMO NIVEL MAXIMO DE EDUCACION, ES DECIR ESTAS PERSONAS HAN ESTUDIADO 13 AÑOS PARA LLEGAR A ESTE NIVEL.

EL 20% DE LA POBLACION TIENEN NIVEL DE EDUCACION UNIVERSITARIO COMO NIVEL MAXIMO DE EDUCACION, ES DECIR ESTAS PERSONAS HAN ESTUDIADO 17 AÑOS.

EL 15% DE LA POBLACION TIENEN EDUCACION DE CUARTO NIVEL, ES DECIR HAN ESTUDIADO 24 AÑOS.

EL 5.40% DE LA POBLACION ES ANALFABETA

CONCLUSION.

- EN EL SECTOR DE TUMBACO EXISTE UN NIVEL BAJO DE EDUCACION DE CUARTO NIVEL
- IGUAL EXISTE UN PORCENTAJE DE ANALFABETISMO

Cumbaya 2,54% 3,88% 3,24%

Tumbaco 3,39% 7,37% 5,42%

PARROQUIA	TASA DE ANALFABETISMO		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
TUMBACO	3.39%	7.37%	5.42%
CUMBAYA	2.54%	3.88%	3.24%

DE: EDWIN HERNAN MANOPANTA

PARA: DOCTOR JORGE CUEVA
ADMINISTRADOR ZONAL DE TUMBACO

ASUNTO: REQUERIMIENTO DE INFORMACION RELACIONADO AL NUMERO DE EMPRESAS Y
MICRO EMPRESAS EN EL VALLE DE TUMBACO.

PRESENTE;

Por medio de la presente yo Edwin Hernán Manopanta Aigaje con cedula N° 171774398-1, estudiante egresado de la Universidad Técnica Equinoccial de la carrera de Ing. en Finanzas y auditoría CPA, solicito a usted muy comedidamente en lo posible se me proporcione la información correspondiente al numero de empresas, micro empresas o personas naturales que actualmente hay en todo la zona de Tumbaco, información que pueda ser proporcionada por medio del numero de patentes que actualmente cuenta el municipio de Tumbaco de aquellas personas que lo han solicitado.

La presente información será utilizada para respaldar el proyecto de factibilidad de creación de una Empresa que preste servicios de asesoramiento contable tributario y financiero en el valle de Tumbaco, el requerimiento de información es debido a que la Universidad Técnica Equinoccial solicita como requisito realizar proyectos de investigación previa a la obtención del título.

Sin más por el momento me despido muy agradecido esperando su atención a la presente quedando a sus distinguidas órdenes

Atentamente;



Edwin Hernán Manopanta

DIVISIONES DE OFICINA QUITO
COMERCIAL LA INDUSTRIA
"LA MARISCAL"

COTIZACION DE PRECIOS



VENDO DIVISIONES DE OFICINA NUEVAS DE ALUMINIO, VIDRIO Y PANELES DE MADERA
CON TELA, 15 METROS Y 2,40 DE ALTO, SALEN CON EL 10% DE DESCUENTO O MÁS DEL
PRECIO NORMAL, 950,00 USD

DESARROLLO CREATIVO WED ECUADOR TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS 2008

Superpa-co

La mejor en papelería y tecnología

Av. Colón E4-81 y Av. 9 de Octubre - Matiz. Telf. (02) 2557300
QUITO - ECUADOR

Razon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
Direccion : AV.COLON E4-81 Y AV.9DE OCTUBRE
Almacen : PA-CO CUMBAYA
Direccion : VIA INTEROCEANICA S/N C.C. PLAZA CUMBAYA LC. 8
Telefonos : 2941686 0
QUITO

PROFORMA: 011-002-000004868
RUC : 1790040275001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5368 del 02/06/1995
Fecha : 25 DE ENERO DEL 2013
Fecha Entrega: DE MES: DEL
Emision Sist.: 13/01/25 09:40:03
No. Control : 15-PR-00004868
Cliente : 9999 ASESORYCONT
Direccion : TURBACO No:
Telefono : 2381376 Ciudad :
RUC/Cedula : 1708240369001

Pagina: 1 de 1

Pedidos: (15-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuarios: ijuna Autoriza: jchiribo

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSE.
1 0010343881747	IMPRESORA LX-300+II MATRICIAL 9PINES 80 COLUMNAS	EPSON	1.00	UN 2	260.00000	260.00	
2 7891191002569	PAPEL BOND BLANCO 07XERS A4 PARA COPIADO REPORT RA		1.00	RM 2	5.30000	5.30	IVA 0%
3 0070330100343	BOLIGRAF0 PUNTA MEDIA AZUL 1100511	BIC	5.00	UN 2	.28000	1.40	
4 0000000194464	TABLERO TIZA LIQUIDA 19X1.2291 CLANDRUCULA VISUAL 10 EMPOTRABLE		1.00	UN 2	64.28000	64.28	
5 0797212961150	PROYECTOR 2700 LUMENES 101123XP RESOLUCI INFCCLUS ON SVGA-LONGA		1.00	UN 2	544.00000	544.00	

Impreso por SUPER PA.CO. Lda. Cpto. 1100784 No. 2000002
ADOLESCENTE

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.
VALIDEZ OFERTA: 8 DIAS

SUBTOTAL : 674.98
TARIFA 0%: 5.30
TARIFA 12%: 869.68
I V A 12%: 104.36
TOTAL: 979.34

iStore

ISTORE CUMBAYA

Av. Interoceánica S/N – CC Cumbayá
Teléfono: 2894938
Ruc: 0990043027001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL

COTIZACION

Documento sin valor comercial

CLIENTE: ASESORIE CONT
RUCI/CPAS.: 1708240369
TEL: 2381376/0998240505
E-MAIL: EDWIN_HERNAN@LIVE.COM.MX
FECHA: Quito, 22/01/20123

MODELO	PRODUCTO	CANT	P.UNITAR	VAL-TOTAL
DV4-HP	NOTEBOOK HP DV4-4262LA	1	\$919,00	\$919,00
	4GB MEMORIA			
	500GB DISCO DURO			
AX3950	COMPUTADOR ACER	1	\$859,00	\$859,00
	CORE I 3			
	3GB MEMORIA			
	1TB DISCO DURO			

HASTA 3 MESES SIN INTERES
*NUESTROS PRECIOS INCLUYEN IVA
*GARANTIA DE 1 AÑO POR DEFECTOS DE FABRICACION, SERVICIO TECNICO PERMANENTE

TATIANA VALENCIA
0995314261
2894938

COTIZACIÓN RADIOSHACK SCALA

De: **Ana germania Chango cedillo** (achango.radioshack.ec@gmail.com)

Enviado: miércoles, 23 de enero de 2013 16:36:16

Para: edwin_hernan@live.com.mx

Tengo el gusto de cotizar los siguientes productos.

Teléfono vetch blanco	\$37.78	código 43-095
Calculadora casio	\$15.10	código 65-122
Corta picos	\$34.76	código 61-004

Si presenta tarjeta de afiliación a supermaxi usted tendra un 10% de dscto de los precios antes mencionados.

Att.

Ana Chango

Radioshack scala/2928252

COTIZACIÓN DE PRECIOS

NOMBRE DE LA EMPRESA:	cc "Mollejas Contables"
FECHA CONSTITUCION:	26 de Septiembre del 2000.
TELEFONO:	2-374-074
DIRECCION:	Intendencia y Goyan de consuejal 249ªno S/H.
PROPIETARIO:	SR. Masda Arredano
SERVICIOS:	Asesorías tributarias, IESS, Ministerio relaciones laborales Supercompensacion, Registro mercantil, Asesorias contables financieras.
CAPACIDAD DE SERVICIOS	130 personas al mes.

VALORES DE LOS SERVICIOS		
DESCRIPCION		VALOR
DECLARACION DEL IVA	MENSUAL	15,000
	SEMESTRAL	40,000
DECLARACION IMPUESTO A LA RENTA		30,000
ANEXO DE GASTOS PERSONALES		50,000
SERV. CONTABILIDAD	PEQ. EMPRESAS	150,000
	MED. EMPRESAS	200,000
SERV. FINANCIERO	PEQ. EMPRESAS	160,000
	MED. EMPRESAS	200,000
GESTIONES ADMINISTRATIVAS SRI IESS		40,000
DECLARACIONES PARIMONIALES		180,000

OBSERVACIONES:	Esta empresa dedico el mayor porcentaje de la poblacion de sus recursos a la parte tributario, mas 90% a la parte contable y financiera, por el mismo hecho de ser una empresa autorizada por el SRI.
----------------	---

COTIZACIÓN DE PRECIOS

NOMBRE DE LA EMPRESA:	cc "Seguros y Seguros"
FECHA CONSTITUCION:	12 Noviembre 2004
TELEFONO:	2.377-672.
DIRECCION:	Tumbuco, General Pizarro y Fray General Uiso según
PROPIETARIO:	Ina Evelyn Caceres.
SERVICIOS:	Contables, Tributarios y Financieros actualizaciones.
CAPACIDAD DE SERVICIOS	120 personas al mes.

VALORES DE LOS SERVICIOS		
DESCRIPCION		VALOR
DECLARACION DEL IVA	MENSUAL	15,000
	SEMESTRAL	45,000
DECLARACION IMPUESTO A LA RENTA		45,000
ANEXO DE GASTOS PERSONALES		60,000
SERV. CONTABILIDAD	PEQ. EMPRESAS	130,000
	MED. EMPRESAS	200,000
SERV. FINANCIERO	PEQ. EMPRESAS	150,000
	MED. EMPRESAS	250,000
GESTIONES ADMINISTRATIVAS SRI IESS		50,000
DECLARACIONES PARIMONIALES		200,000

OBSERVACIONES:	En el caso de esta empresa en fase de creación financiera, sobre por porcentaje según lo técnico o estrategia financiera que implique.

COTIZACIÓN DE PRECIOS

NOMBRE DE LA EMPRESA:	«Bejarano y Tibajo Asociados»
FECHA CONSTITUCION:	1998 P.M. y 2003 C.A.
TELEFONO:	2 378 - 546.
DIRECCION:	Gonzalo Plaza y Francisco de Orellana. OE 1-40.
PROPIETARIO:	Genk. Ing. Gustavo Bejarano.
SERVICIOS:	Contable, Tributación y Financiera.
CAPACIDAD DE SERVICIOS	150. personas mensualmente.

VALORES DE LOS SERVICIOS		
DESCRIPCION		VALOR
DECLARACION DEL IVA	MENSUAL	15' + iva
	SEMESTRAL	50 + iva
DECLARACIÓN IMPUESTO A LA RENTA		70' + iva.
ANEXO DE GASTOS PERSONALES		80' + iva.
SERV. CONTABILIDAD	PEQ. EMPRESAS	150' + "
	MED. EMPRESAS	200' " "
SERV. FINANCIERO	PEQ. EMPRESAS	4' + iva
	MED. EMPRESAS	4' + iva.
GESTIONES ADMINISTRATIVAS SRI IESS		40' + iva
DECLARACIONES PARIMONIALES		150' + iva.

OBSERVACIONES:	Esta empresa el aspecto financiero tanto para pequeños como medianas empresas sus honorarios se basan en porcentajes.

BANCO DEL PACIFICO 9636

De: **webadmin@pacifico.fin.ec**
Enviado: jueves, 24 de enero de 2013 11:22:05
Para: edwin_hernan@live.com.mx

BANCO DEL PACIFICO 9636

Banco Del Pacífico: Respuesta a Formulario de Solicitud de Producto

Estimado Cliente, Gracias por su comentario, atendiendo a sus inquietudes, enviamos la siguiente información:

Pyme Pacífico está dirigido a pequeñas y medianas empresas para el financiamiento de:

- ◆ Capital de trabajo.
- ◆ Compra de Activos fijos.

Los beneficios son los siguientes:

- ◆ Tasa desde el 9.76%, la cual dependerá del plazo y monto solicitado.
- ◆ Tasa fija de hasta 2 años para Capital de trabajo, y hasta 1 año para compra de Activos fijos.
- ◆ Plazo de hasta 2 años para Capital de trabajo, y hasta 6 años para compra de Activos Fijos.
- ◆ Créditos desde \$3,000 hasta \$1,000,000.
- ◆ Período de gracia de capital de hasta 1 año para financiamiento de Activos fijos.
- ◆ Crédito dirigido a personas naturales y jurídicas, clientes y no clientes del Banco.

Son consideradas pequeñas y medianas empresas a aquellas legalmente constituidas, con facturación en ventas anuales demostrables desde \$100,000 hasta \$1,000,000.

Documentación requerida personas naturales:

Legal

- ◆ Estabilidad mínima de 2 años en el negocio.
- ◆ Copia de RUC.
- ◆ Copia de facturas de los últimos 6 meses.
- ◆ Copia de declaración de IVA de los últimos 6 meses.
- ◆ Copia de declaración de impuesto a la renta de los últimos 3 años.
- ◆ Fotocopia a color de cédula de identidad y certificado de votación del deudor y cónyuge.

Financiera

- ◆ Solicitud de crédito.

- ◆ Copia de estados de cuenta (bancarios o de tarjetas) de los últimos 3 meses.
- ◆ Flujo de caja proyectado por el período del préstamo.

Bienes

- ◆ Respaldos patrimoniales (matrículas, impuestos prediales, etc.)
- ◆ Declaración patrimonial actualizada.

Se podrá requerir documentación adicional dependiendo del caso, así como también documentación del bien que se dejará en garantía.

Atentamente, Banco del Pacífico - Servicio al Cliente

La información contenida en este e-mail es confidencial y solo puede ser utilizada por la persona o la Institución a la cual esta dirigido. Cualquier retención, difusión, distribución o copia de este mensaje esta prohibida. La Institución no asume responsabilidad sobre información, opiniones o criterios contenidos en este mail que no este relacionada con negocios oficiales de nuestra Institución. Si Usted recibio este mensaje por error notifique al Administrador o a quien le envio inmediatamente, elimínelo sin hacer copias. ---
BANCO DEL PACIFICO S.A.---

(Las tildes han sido omitidas intencionalmente para evitar problemas de lectura).

4.3.1 OFERTA Y UTILIZACIÓN FINAL DE BIENES Y SERVICIOS (1)

Variable \ Año	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
MILES DE DÓLARES												
Producto interno bruto (PIB)	18.318.001	24.468.324	28.548.945	32.432.859	36.591.661	41.507.885	46.802.044	51.007.777	61.762.635	61.500.427	67.896.493	78.188.929
Importaciones de bienes y servicios	5.007.786	6.734.248	7.860.638	7.992.504	9.554.409	11.821.905	13.748.900	15.636.623	20.933.400	17.034.042	22.627.130	26.857.309
Total oferta final	23.326.387	31.202.572	36.509.583	40.425.363	46.146.070	53.328.990	60.550.944	66.644.400	82.696.035	78.584.489	90.483.685	105.046.238
Gasto de consumo final total	13.543.108	20.051.882	23.808.958	26.742.604	29.770.074	32.884.561	35.842.792	38.775.487	45.298.051	47.297.248	52.042.701	58.041.961
Gobierno general	1.712.862	2.311.896	2.807.058	3.474.828	3.982.766	4.448.685	4.961.903	5.574.209	7.308.788	8.110.395	8.678.207	9.715.833
Hogares residentes	11.830.246	17.739.986	20.999.900	23.267.776	25.787.308	28.435.876	30.880.889	33.201.278	37.989.263	39.186.853	43.364.494	48.326.128
Formación bruta de capital fijo	3.483.242	4.661.579	5.806.605	6.240.683	7.209.125	8.476.753	9.759.712	10.505.947	13.818.514	13.881.525	15.479.847	16.708.128
Variación de existencias	414.722	806.894	860.174	112.760	182.827	504.177	751.941	987.281	2.479.106	1.699.384	2.986.390	3.587.875
Exportaciones de bienes y servicios	5.885.315	5.682.217	6.135.846	7.329.307	8.904.844	11.463.499	14.596.499	16.287.885	21.380.364	15.926.312	19.964.747	24.098.174
Total utilización final	23.326.387	31.202.572	36.509.583	40.425.363	46.146.070	53.328.990	60.550.944	66.644.400	82.696.035	78.584.489	90.483.685	105.046.238
MILES DE DÓLARES DE 2007												
Producto interno bruto (PIB)	37.726.410	39.261.363	40.848.994	41.963.282	45.409.710	47.809.519	49.914.615	51.007.777	54.250.408	54.830.085	56.602.576	61.121.489
Importaciones de bienes y servicios	7.307.583	9.187.268	10.934.226	10.490.531	11.621.264	13.305.727	14.626.164	15.636.623	17.894.628	15.830.156	18.446.231	19.174.747
Total oferta final	45.033.993	48.428.631	51.783.220	52.453.813	57.030.974	61.115.046	64.520.779	66.644.400	72.145.036	70.660.241	75.048.807	80.296.236
Gasto de consumo final total	27.858.446	29.435.371	31.304.508	32.138.291	34.136.114	35.804.531	37.125.765	38.775.487	41.186.204	41.890.668	43.746.936	46.526.177
Gobierno general	4.081.907	4.525.972	4.843.172	4.896.702	4.907.145	5.081.390	5.274.232	5.574.209	6.191.348	6.432.113	6.587.333	6.968.902
Hogares residentes	23.776.539	24.899.399	26.461.336	27.241.589	29.228.969	30.723.141	31.851.533	33.201.278	34.994.856	35.458.555	37.159.603	39.557.275
Formación bruta de capital fijo	5.803.793	7.029.554	8.133.170	8.344.508	8.785.131	9.726.992	10.213.818	10.593.947	12.386.215	12.196.786	12.883.297	14.789.046
Variación de existencias	73.314	883.806	1.026.590	6.704	123.272	579.908	896.514	987.281	2.898.716	1.988.383	2.567.998	2.122.728
Exportaciones de bienes y servicios	11.248.430	11.069.930	11.138.952	11.942.090	13.993.547	15.201.615	16.284.882	16.287.885	16.773.791	15.664.404	15.820.606	16.458.267
Total utilización final	45.033.993	48.428.631	51.783.220	52.453.813	57.030.974	61.115.046	64.520.779	66.644.400	72.145.036	70.660.241	75.048.807	80.296.236
TASAS DE VARIACIÓN ANUAL												
Producto interno bruto (PIB)		4,0	4,1	2,7	8,2	5,9	4,4	2,2	6,4	1,0	3,3	8,0
Importaciones de bienes y servicios		25,7	19,0	-4,1	10,9	14,4	9,8	7,1	14,4	-11,5	16,5	3,9
Total oferta final		7,6	6,9	3,3	8,7	7,1	5,8	3,3	8,3	-8,1	6,2	7,0
Gasto de consumo final total		5,7	6,3	2,7	6,2	4,3	4,3	4,4	6,2	1,2	4,9	6,4
Gobierno general		-3,3	2,4	1,2	4,5	3,6	3,8	5,7	11,1	3,9	2,4	5,8
Hogares residentes		7,5	7,1	3,0	6,4	4,4	4,4	4,2	5,4	0,8	5,4	6,5
Formación bruta de capital fijo		20,3	18,1	0,4	5,3	10,7	5,0	3,7	10,0	-0,7	5,8	14,8
Exportaciones de bienes y servicios		-8,6	0,8	7,2	17,2	8,6	7,1	0,0	1,0	-6,4	1,2	5,1
Total utilización final		7,5	6,9	3,3	8,7	7,1	5,6	3,3	8,3	-8,1	6,2	7,0
OTROS INDICADORES MACROECONÓMICOS												
PIB (per cápita, dólares de 2007)	3.068	3.144	3.228	3.287	3.486	3.618	3.723	3.749	3.970	3.914	3.885	4.244
Población miles de habitantes (2)	12.299	12.480	12.661	12.843	13.027	13.215	13.408	13.605	13.805	14.005	14.205	14.404

(1) A partir de la Publicación No. 24 de Cuentas Nacionales, los cálculos incorporan los resultados del Cambio de Año Base (CAB) 2007. Los datos de los años 2000 a 2006 corresponden a la información obtenida en la retroproyección de las series; los años 2007 y 2008 son el resultado de las cuentas nacionales anuales; mientras que a partir del año 2009 en adelante, los resultados se obtuvieron por sumatoria de trimestres. Para mayor información acceder al link: <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Publicaciones/Notas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/CAB.htm>. (2) A partir del Boletín de Información Estadística Mensual N° 1.828 de junio de 2004 se utilizan los datos de población que constan en "ECUADOR: Estimaciones y Proyecciones de Población 1950 - 2025", Serie OI No 205, INEC - CELADE, Octubre 2003.
FUENTE: Banco Central del Ecuador.

4.3.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA (1)

Período \ Industria	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	Acuicultura y pesca de camarón	Pesca (excepto camarón)	Petróleo y minas	Refinación de petróleo	Manufactura (excepto refinación de petróleo)	Suministro de electricidad y agua	Construcción	Comercio	Alojamiento y servicios de comida	Transporte
---------------------	---	--------------------------------	-------------------------	------------------	------------------------	--	-----------------------------------	--------------	----------	-----------------------------------	------------

MILES DE DÓLARES

2000	2.456.457	171.496	193.944	967.315	745.849	3.353.742	185.197	906.170	2.708.352	253.709	1.371.230
2001	2.765.888	144.768	186.365	659.625	704.770	3.928.871	398.257	1.416.427	3.585.909	483.952	2.234.772
2002	2.875.121	116.764	214.425	831.696	619.858	4.176.340	644.598	1.731.878	3.715.923	606.682	2.336.356
2003	3.130.306	137.142	249.344	1.286.019	915.290	4.345.472	637.886	1.896.306	3.947.909	653.399	2.610.339
2004	3.151.946	154.741	239.748	2.363.557	903.773	4.621.154	567.868	2.415.654	4.139.760	695.286	2.815.830
2005	3.390.487	224.813	320.057	3.782.855	727.538	5.136.671	520.506	2.925.666	4.657.562	742.339	3.054.324
2006	3.760.797	264.293	378.110	5.317.775	644.012	5.742.829	516.080	3.638.976	5.045.310	803.312	3.250.486
2007	4.174.664	223.019	374.429	5.970.124	926.818	6.077.119	585.603	4.016.663	5.356.038	864.979	3.231.203
2008	4.813.457	282.850	441.135	8.928.498	1.017.222	7.447.386	632.532	5.394.324	6.742.797	947.086	3.739.991
2009	5.145.701	271.922	388.980	5.602.464	1.098.124	7.446.143	449.366	5.632.089	6.489.561	1.060.615	3.885.386
2010	5.593.543	352.731	480.428	7.876.036	852.237	8.059.005	271.732	6.027.702	7.489.777	1.189.276	4.202.984
2011	6.190.137	457.338	541.381	10.527.203	665.564	9.156.897	557.023	7.742.822	8.607.501	1.407.455	4.202.984

MILES DE DÓLARES DE 2007

2000	1.196.697	72.153	275.142	3.832.833	1.171.012	4.581.123	512.447	2.253.623	4.233.619	591.064	2.690.734
2001	1.356.932	85.714	277.310	3.996.673	1.064.806	4.838.224	513.299	2.778.936	4.434.063	633.584	2.787.458
2002	1.428.871	86.571	270.234	3.815.780	1.049.271	4.937.822	544.358	3.361.413	4.526.715	684.811	2.807.642
2003	1.616.189	107.806	311.780	4.226.829	875.935	5.099.715	551.651	3.328.791	4.666.600	707.455	2.870.121
2004	1.720.875	129.528	281.658	5.990.342	1.007.269	5.231.494	494.378	3.501.823	4.854.680	742.094	2.930.439
2005	1.874.262	187.543	361.912	6.119.966	956.151	5.565.354	499.894	3.802.202	5.148.451	786.313	3.002.996
2006	2.094.098	220.639	389.587	6.457.186	954.138	5.835.396	500.136	3.976.996	5.345.827	847.438	3.167.269
2007	2.174.664	223.019	374.429	5.970.124	926.818	6.077.119	585.603	4.016.663	5.356.038	864.979	3.231.203
2008	2.308.926	231.692	411.050	5.970.924	1.007.645	6.634.572	761.433	4.371.989	5.892.593	910.396	3.408.910
2009	2.223.733	241.244	398.722	5.731.784	1.040.853	6.659.644	691.494	4.678.672	5.818.688	958.983	3.568.581
2010	2.349.025	262.883	392.989	5.735.440	850.607	6.874.945	702.410	4.906.468	6.253.689	1.022.851	3.679.207
2011	2.407.878	320.898	417.199	5.943.445	959.340	7.204.954	909.500	5.964.496	6.681.137	1.139.780	3.949.652

TASAS DE VARIACIÓN ANUAL

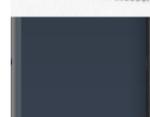
2001	5,0	18,8	0,8	2,7	-9,1	5,2	0,2	23,3	4,7	7,2	3,6
2002	2,1	1,0	-2,6	-3,1	-1,5	2,5	6,1	21,0	2,1	8,1	0,7
2003	5,5	24,6	15,4	10,8	-16,5	3,3	3,3	-1,0	3,1	3,3	2,2
2004	3,9	20,1	-9,7	41,7	15,0	2,6	-10,4	5,2	4,0	4,9	2,1
2005	4,1	44,8	28,5	2,2	-5,1	6,4	1,1	8,6	6,1	6,0	2,5
2006	3,4	17,6	7,6	5,5	-0,2	4,9	0,0	4,6	3,8	7,8	5,5
2007	4,3	1,1	-9,9	-7,5	-2,9	4,1	17,1	1,0	0,2	2,1	2,0
2008	0,8	3,9	9,8	0,0	8,7	9,2	30,0	8,8	10,8	5,3	5,5
2009	0,4	4,1	-3,0	-4,0	3,3	0,4	-9,2	7,0	-1,9	5,3	4,7
2010	0,6	9,0	-1,4	0,1	-18,3	3,2	1,6	4,9	7,5	6,7	3,1
2011	5,9	22,1	6,2	3,6	12,8	4,8	29,5	21,6	6,8	13,4	7,4

... / ...

4.3.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA (1) (cont.)

Periodo	Industria	Correo y comunicaciones	Actividades de servicios financieros	Actividades profesionales, técnicas y administrativas	Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	Enseñanza y servicios sociales y de salud	Otros servicios (2)	Servicio doméstico	TOTAL VALOR AGREGADO BRUTO	OTROS ELEMENTOS DEL PIB	PIB
MILES DE DÓLARES											
2000		262.187	361.214	1.028.138	970.533	555.392	710.183	69.519	17.272.627	1.045.974	18.318.601
2001		593.371	499.614	1.505.134	1.195.085	1.133.345	1.004.569	91.477	22.532.199	1.936.125	24.468.324
2002		696.355	611.727	1.928.443	1.506.946	1.565.168	1.736.696	104.866	26.239.842	2.309.103	28.548.945
2003		828.755	665.237	2.163.198	1.884.796	2.186.482	2.515.152	118.221	30.171.253	2.261.606	32.432.859
2004		941.252	786.185	2.299.594	2.051.507	2.680.823	3.246.880	122.607	34.198.165	2.393.496	36.591.661
2005		1.151.324	1.057.999	2.504.877	2.239.826	3.099.350	3.551.274	117.676	39.205.144	2.301.941	41.507.085
2006		1.152.321	1.297.673	2.780.632	2.477.088	3.525.031	3.771.266	131.156	44.497.147	2.304.897	46.802.044
2007		1.241.421	1.303.028	3.241.469	2.784.183	3.932.127	4.059.454	148.562	48.510.903	2.496.874	51.007.777
2008		1.425.183	1.441.430	3.642.474	3.528.729	4.726.952	4.416.773	201.269	59.550.902	2.211.733	61.762.635
2009		1.545.701	1.556.964	3.779.261	3.835.936	5.356.823	4.688.954	223.564	58.312.159	3.238.268	61.550.427
2010		1.523.974	1.714.191	4.180.304	4.133.334	5.693.254	4.970.245	251.074	64.544.229	3.312.264	67.856.493
2011		1.715.259	2.040.673	4.515.747	4.789.694	6.157.778	5.314.956	257.076	74.847.488	3.341.441	78.188.929
MILES DE DÓLARES DE 2007											
200		476.208	782.860	1.945.003	2.235.788	3.205.252	3.667.333	132.476	35.855.367	1.871.043	37.726.410
201		520.242	732.453	2.169.808	2.272.641	3.274.906	3.476.331	136.186	37.269.566	1.971.797	39.241.363
202		562.674	793.283	2.469.991	2.329.793	3.242.112	3.563.964	139.045	38.614.548	2.234.446	40.848.994
203		646.618	789.151	2.584.004	2.405.024	3.326.896	3.603.655	145.233	39.863.483	2.097.779	41.961.262
204		753.194	864.918	2.675.662	2.489.683	3.445.865	3.892.015	150.620	43.156.637	2.250.073	45.406.710
205		984.565	1.056.153	2.892.962	2.542.646	3.611.413	3.947.505	143.841	45.484.129	2.325.190	47.809.319
206		1.105.167	1.266.396	3.027.431	2.618.800	3.762.404	3.954.635	148.441	47.581.984	2.332.631	49.914.615
207		1.241.421	1.303.028	3.241.469	2.784.183	3.932.127	4.059.454	148.562	48.510.903	2.496.874	51.007.777
208		1.501.243	1.385.900	3.463.920	2.839.151	4.157.011	4.159.057	147.602	51.504.034	2.746.374	54.250.408
209		1.641.724	1.426.800	3.480.271	2.846.876	4.467.819	4.251.151	147.094	52.274.133	2.535.952	54.810.085
210		1.612.720	1.502.138	3.810.531	2.910.252	4.583.370	4.389.675	153.227	53.892.427	2.710.149	56.602.576
211		1.814.142	1.673.835	4.052.158	3.124.777	4.781.430	4.590.070	145.485	58.190.076	2.931.393	61.121.469
TASAS DE VARIACIÓN ANUAL											
211		9,2	-6,4	11,6	1,6	2,2	-5,2	2,8	3,9	5,4	4,0
212		8,2	8,3	13,8	2,5	-1,0	2,5	2,1	3,6	13,3	4,1
213		14,9	-0,5	4,6	3,2	2,6	1,1	4,5	3,2	-6,1	2,7
214		16,5	9,6	3,5	3,5	3,6	8,0	3,7	8,3	7,3	8,2
215		30,7	22,1	8,1	2,1	4,8	1,4	-4,5	5,4	3,3	5,3
216		12,2	19,9	4,6	3,0	4,2	0,2	3,2	4,6	0,3	4,4
217		12,3	2,9	7,1	6,3	4,5	2,7	0,1	2,0	7,0	2,2
218		20,9	6,4	6,9	2,0	5,7	2,5	-0,6	6,2	10,0	6,4
219		9,4	3,0	0,5	0,3	7,5	2,2	-0,3	1,5	-7,7	1,0
220		-1,8	5,3	9,5	2,2	2,6	3,3	4,2	3,1	6,9	3,3
221		12,5	11,4	6,3	7,4	4,3	4,6	-5,1	8,0	8,2	8,0

(1) A partir de la Publicación No.24 de Cuentas Nacionales, los cálculos incorporan los resultados del Cambio de Año Base (CAB) 2007. Los datos de los años 2000 a 2006 corresponden a la información obtenida en la retroproyección de las series; los años 2007 y 2008 son el resultado de las cuentas nacionales anuales; mientras que a partir del año 2009 en adelante, los resultados se obtuvieron por sumatoria de trimestres. Para mayor información acceder al link: <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/CAB.htm>. (2) Incluye: Actividades inmobiliarias y Entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios.



ESTADÍSTICA FINANCIERA

(1) A partir de la Publicación No.24 de Cuentas Nacionales, los cálculos incorporan los resultados del Cambio de Año Base (CAB) 2007. Los datos de los años 2000 a 2006 corresponden a la información obtenida en la retroproyección de las series; los años 2007 y 2008 son el resultado de las cuentas nacionales anuales; mientras que a partir del año 2009 en adelante, los resultados se obtuvieron por sumatoria de trimestres. Para mayor información acceder al link: <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/CAB.htm>.