



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

**CARRERA ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

**TEMA:**

**MEJORAR LA CALIDAD DE INFORMACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIA  
MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICRO EMPRESA QUE BRINDE SERVICIO DE ASESORÍA PARA MICRO  
PYMES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN  
ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA.**

**TUTOR:**

**ING. FRANKLIN CEVALLOS**

**AUTOR:**

**CHANDI CASTRO MAYRA ALEXANDRA**

**QUITO: OCTUBRE 2013**

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Mayra Alexandra Chandi Castro

1718756933

## **CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante Chandi Castro Mayra Alexandra, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.**- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "MEJORAR LA CALIDAD DE INFORMACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍA PARA MICRO PYMES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO", para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla el estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

---

MEJORAR LA CALIDAD DE INFORMACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE ASESORÍA PARA MICRO PYMES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

---

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.**- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el estudio de factibilidad por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del estudio de factibilidad por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del estudio de factibilidad; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del estudio de factibilidad; d) Cualquier transformación o modificación del estudio de factibilidad; e) La protección y registro del estudio de factibilidad a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del estudio de factibilidad; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.**- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del estudio de factibilidad que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del estudio de factibilidad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.**- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.**- La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman al 30 día del mes de octubre del 2013

f) \_\_\_\_\_

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 1718756933

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

## DEDICATORIA

Este trabajo producto de mucho esmero está dedicado en primer lugar a Dios por entregarme su amor y otorgarme la capacidad física y mental para enfrentar la vida.

A mis padres Arturo Chandi y Estela Castro quienes con su apoyo incondicional y confianza, incentivaron en mí el poder crecer como persona y obtener un título profesional.

A mi esposo quien con su apoyo y comprensión me ayudo a culminar mis estudios con éxito.

A mis Hijos Sahid y Sammir quienes son la fuente principal de mi inspiración y fuerza para continuar en cada etapa de la vida. Ser para ellos ejemplo de superación para sus vidas.

A mis hermanos que con su cariño y alegría han sido un pilar de apoyo importante.

A las personas que caminaron conmigo en este trayecto y me extendieron la mano mi agradecimiento para ustedes su apoyo fue valioso y reconfortante.

Al Instituto Superior Cordillera por brindarme momentos de alegría y permitirme que en sus aulas haya cumplido uno de mis objetivos.

A mis amigas y maestros por compartir sus conocimientos y su amistad.

## AGRADECIMIENTO A LA VIDA

La vida es grande o pequeña según el objetivo y las ganas que cada uno ponga en su diario caminar, cada uno tiene una semilla la cual debe ser cultivada con amor y mucho trabajo claro que los frutos no son los mismos para todos dependerá de la medida de dedicación.

En todos los campos existe mala hiedra, sequias, desolación pero también habrá un rocío diario, un sol y vendrá lluvia que reconforte tu semilla.

Cada uno de nosotros debemos hacer lo que nos gusta de esa manera solo cuenta el avance y no las horas que pudiéramos dedicar a cumplir esa meta propuesta.

Debemos echarle ganas a la vida a pesar de que muchos miren tus fracasos y no la excelencia de tus logros, de cada derrota adquirimos sabiduría para enfrentar el siguiente paso.

Vive tus sentimientos, expresa tu verdad, despójate de prejuicios, ordena tus ideas, planifica un objetivo y desecha todo lo que te impida ser feliz y mirar la belleza de la vida.

Mayra Alexandra Chandi Castro

## RESUMEN EJECUTIVO

SERCONTRI es una empresa que se dedicara a la Asesoría en el área Contable y Tributaria su forma de constitución será como persona natural no obligada a llevar contabilidad por no cumplir con la base propuesta por el Servicio de Rentas Internas. Su ubicación estará en el norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Cabe resaltar el incremento del sector productivo de las pequeñas empresas y el aporte que tienen las mismas para el crecimiento económico del País además de contribuir con fuentes de empleo y la satisfacción del cliente.

El presente trabajo investigativo recopila la información necesaria para analizar la factibilidad del proyecto en los diferentes ámbitos en los que se puede desarrollar, para ello se ha dividido en los siguientes capítulos.

En el Primer capítulo se presenta los antecedentes e introducción en los cuales conocemos el giro de las actividades, la importancia en el tiempo que ha tenido la Contabilidad y la problemática en los tiempo actuales.

En el Segundo capítulo se hizo un diagnostico situacional el cual nos ayudó a realizar el análisis del macro ambiente y microambiente, los cuales permiten conocer la situación interna y externa de la empresa, con relación a los factores que pueden modificar su situación. Se elaboró la filosofía empresarial con la cual trabajara la empresa y las funciones del recurso humano.

En el Tercer capítulo se realizó el estudio de mercado aplicando la técnica de la encuesta que permite obtener un análisis acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo y aceptación del servicio y el grado de satisfacción que tiene la competencia en el mercado. Sin olvidar la oferta y demanda actual y potencial del campo de aplicación del proyecto.

En el Cuarto capítulo se realizó el estudio técnico el cual hace referencia a la esencia del proyecto, detallando la capacidad óptima, ubicación y recursos necesarios que permitirá incrementar y agilizar su proceso interno, también se detalla información de la operación de la microempresa, flujo operativo y flujo gram que se maneja internamente, así como los recursos e implementos que se necesitan para poner en práctica el tema de estudio.

En el Quinto capítulo se obtiene información y evaluación financiera donde se muestra si el proyecto es rentable y en qué medida las ventas se proyectan en los años y el periodo de recuperación de la inversión inicial utilizando herramientas como VAN, TIR, TMAR que permiten evaluar financieramente el proyecto.

Finalmente el Sexto capítulo análisis de impactos ayuda a verificar en qué medida afecta o beneficia la puesta en marcha del proyecto tanto en los ámbitos: social, económico, productivo y ambiental, a la sociedad y buscar alternativas o estrategias para obtener resultados positivos.

## ABSTRACT

SERCONTRI is a company that is dedicated to the Advice on Accounting and Tax area of launch will form as a natural person is not obliged to keep accounts for not complying with the basis proposed by the Internal Revenue Service. Its location is in the north of the Metropolitan District of Quito. Significantly increasing the productive sector of small businesses and have the same contribution to the country's economic growth and contribute to sources of employment and customer satisfaction.

This research work collects the information needed to analyze the feasibility of the project in the different areas in which you can develop, for it has been divided into the following chapters.

In the first chapter presents the background and introduction in which we know the rotation of activities, the importance in the time that has been problematic in Accounting and the current time.

In the second chapter there was a situational analysis which helped to make the analysis of macro environment and microenvironment, which provide insight into the internal and external situation of the company, in relation to the factors that can change their situation. Business philosophy was developed with which to work the business and human resource functions.

In the third chapter was conducted market research using the survey technique that allows for an analysis of customer, product, price, type and acceptance of service and

satisfaction that has competition in the market, not to mention the current supply and demand and potential scope of the project.

In the fourth chapter the technical study was conducted which refers to the essence of the project, detailing the optimal capacity, location and resources that will enhance and streamline their internal process is also detailed information on the operation of micro, operational flow and flow chart which is handled internally, and the resources and tools needed to implement the subject matter.

In the fifth chapter and financial assessment obtains information showing whether the project is profitable and how much you project sales over the years and the payback period of the initial investment using tools such as VAN, TIR , allowing assess financially TMAR the project.

Finally the sixth chapter impact analysis helps to verify to what extent it affects or benefits the implementation of the project both in the fields : social, economic , and environmental production , society and seek alternatives or strategies to achieve positive results .

---

---

INDICE

<b>DECLARATORIA .....</b>	<b>I</b>
<b>CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL.....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO A LA VIDA.....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>IX</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>XI</b>
<b>INDICE DE TABLA .....</b>	<b>XVI</b>
<b>INDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>XVIII</b>
<b>INDICE DE ILUSTRACIONES.....</b>	<b>XIX</b>
<b>INDICE DE CUADROS .....</b>	<b>XX</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Justificación.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Antecedentes.....</b>	<b>3</b>

<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>7</b>
<b>ANÁLISIS SITUACIONAL .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Ambiente Externo .....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Factor Económico.....	7
2.1.2 Factor Social.....	14
2.1.3 Factor Legal.....	19
2.1.4 factor Tecnológico.....	21
<b>2.2 Entorno Local.....</b>	<b>24</b>
2.2.1 Clientes.....	24
2.2.2 Proveedores.....	25
2.2.3 Competidores.....	26
<b>2.3 Análisis Interno .....</b>	<b>27</b>
2.3.1 Propuesta Estratégica.....	28
2.3.2 Gestión Administrativa.....	30
2.3.3 Gestión Operativa.....	38
2.3.4 Gestión Comercial.....	44
<b>2.4 Análisis Foda.....</b>	<b>54</b>
 <b>CAPITULO 3 .....</b>	 <b>56</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1 Análisis Del Consumidor .....</b>	<b>56</b>
3.1.1 segmentación del mercado.....	56
3.1.2 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA .....	57
Nomenclatura .....	59
3.1.3 Técnicas de obtención de información .....	60
3.1.4 Análisis de la información.....	61
3.1.5 Resultados de la encuesta.....	61
<b>3.2 Oferta .....</b>	<b>76</b>
3.2.2 Oferta actual.....	76
<b>3.3 Productos sustitutos.....</b>	<b>78</b>
<b>3.4 Demanda .....</b>	<b>78</b>
3.4.1 Demanda actual .....	78
<b>3.5 Balance Oferta – Demanda .....</b>	<b>80</b>



---

3.5.1 Balance actual .....	80
3.5.2 Balance proyectado .....	81
<b>CAPITULO 4 .....</b>	<b>82</b>
<b>ESTUDIO TECNICO.....</b>	<b>82</b>
<b>4.1 tamaño del proyecto.....</b>	<b>82</b>
4.1.1 Objetivos del tamaño .....	82
4.1.2 Tamaño del mercado .....	83
4.1.3 Capacidad instalada .....	83
4.1.4 Capacidad óptima .....	85
<b>4.2 Localización .....</b>	<b>85</b>
4.2.1 Macro-localización .....	86
4.2.2 Micro – localización .....	87
4.2.3 Localización óptima.....	88
<b>4.3 Ingeniería del producto .....</b>	<b>88</b>
4.3.1 Definición del servicio .....	89
<b>4.3.2 Distribución de planta .....</b>	<b>90</b>
4.3.3 proceso productivo .....	93
4.3.4 Flujo grama de procesos .....	103
<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>107</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>107</b>
<b>5.1 Ingresos Operacionales.....</b>	<b>107</b>
<b>5.2 Costos .....</b>	<b>108</b>
5.2.1 Costo directo .....	108
5.2.2 Costo indirecto .....	109
5.2.3 Gasto administrativo.....	109
5.2.4 Gastos de ventas .....	110
5.2.5 Gastos financieros.....	111
5.2.6 <b>Costos fijos y variables</b> .....	<b>111</b>
<b>5.2 Inversiones .....</b>	<b>112</b>
5.2.1 Inversión fija.....	112
5.2.2 Capital de trabajo.....	113
5.2.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos .....	114
5.2.4 Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....	115
5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	116

---

5.2.6 Estado de situación inicial .....	117
5.2.7 Estado de resultados proyectado (a cinco años) .....	118
5.2.8 Flujo caja .....	119
<b>5.3 Evaluación .....</b>	<b>120</b>
5.3.1 Tasa de descuento .....	120
5.3.2 VAN .....	120
5.3.3 TIR .....	121
5.3.4 PRI (periodo de recuperación de la inversión) .....	122
5.3.5 RCB (relación costo beneficio) .....	124
5.3.6 Punto de equilibrio.....	125
<b>5.3. Análisis de índices financieros .....</b>	<b>126</b>
5.3.1 R.O.E.....	126
5.3.2 Rendimiento de la inversión .....	127
5.3.3 Apalancamiento financiero.....	127
5.3.4 Razón de endeudamiento .....	128
<b>CAPITULO 6 .....</b>	<b>130</b>
<b>ANALISIS DE IMPACTOS .....</b>	<b>130</b>
<b>6.1 Impacto ambiental .....</b>	<b>130</b>
<b>6.2 Impacto económico .....</b>	<b>130</b>
<b>6.3 Impacto productivo.....</b>	<b>131</b>
<b>6.4 Impacto social.....</b>	<b>132</b>
<b>CAPITULO 7 .....</b>	<b>133</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>133</b>
<b>7.1 Conclusiones .....</b>	<b>133</b>
<b>7.2 Recomendaciones .....</b>	<b>134</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>136</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>142</b>



## INDICE DE TABLA

Tabla 1 INFLACIÓN .....	8
Tabla 2 TASAS DE INTERES BANCO PICHINCHA .....	9
Tabla 3 TASAS DE INTERES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.....	10
Tabla 4 TASA PASIVA BANCO CENTRAL DE ECUADOR.....	10
Tabla 5 RIESGO PAIS .....	11
Tabla 6 PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	12
Tabla 7 BALANZA COMERCIAL.....	13
Tabla 8 POBLACION ECONOMICA ACTIVA .....	15
Tabla 9 NIVEL SOCIOECONOMICO .....	17
Tabla 10 CLIENTES.....	25
Tabla 11 PROVEEDORES.....	26
Tabla 12 COMPETIDORES.....	27
Tabla 13 OBLIGACIONES COMO PERSONA NATURAL.....	33
Tabla 14 FUNSIONES POR AREA.....	40
Tabla 15 PERFIL DE CARGOS.....	42
Tabla 16 ANÁLISIS FODA .....	55
Tabla 17 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	57
Tabla 18 EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA.....	59
Tabla 19 FORMULA PARA DETERMINAR LA MUESTRA.....	59
Tabla 20 PREGUNTA NUMERO 1 .....	62
Tabla 21 PREGUNTA NUMERO 2.....	63
Tabla 22 PREGUNTA NUMERO 3.....	64
Tabla 23 PREGUNTA NUMERO 4.....	65
Tabla 24 PREGUNTA NUMERO 5.....	66
Tabla 25 PREGUNTA NUMERO 6.....	67
Tabla 26 PREGUNTA NUMERO 7.....	68
Tabla 27 PREGUNTA NUMERO 8.....	69
Tabla 28 PREGUNTA NUMERO 9.....	70
Tabla 29 PREGUNTA NUMERO 10.....	71
Tabla 30 PREGUNTA NUMERO 11.....	72
Tabla 31 PREGUNTA NUMERO 12.....	73

---

---

Tabla 32 PREGUNTA NUMERO 13 .....	74
Tabla 33 PREGUNTA NUMERO 14 .....	75
Tabla 34 OFERTA ACTUAL .....	77
Tabla 35 OFERTA PROYECTADA EN DÓLARES .....	77
Tabla 36 OFERTA PROYECTADA EN UNIDADES .....	77
Tabla 37 DEMANDA ACTUAL PROVINCIA DE PICHINCHA .....	78
Tabla 38 DEMANDA PROYECTADA .....	79
Tabla 39 BALANCE OFERTA Y DEMANADA .....	80
Tabla 40 BALANCE ACTUAL .....	80
Tabla 41 BALANCE PROYECTADO SERCONTRI .....	81
Tabla 42 CAPACIDAD INSTALADA PERSONAL .....	83
Tabla 43 CAPACIDAD INSTALADA EN EQUIPOS .....	84
Tabla 44 CAPACIDAD OPTIMA SERCONTRI .....	85
Tabla 45 MACROLOCALIZACION .....	86
Tabla 46 MICROLOCALIZACION .....	87

## INDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 INFLACIÓN.....	8
GRAFICO 2 TASAS DE INTERES.....	11
GRAFICO 3 RIESGO PAÍS.....	12
GRAFICO 4 PRODUCTO INTERNO BRUTO.....	13
GRAFICO 5 BALANZA COMERCIAL.....	14
GRAFICO 6 POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA.....	15
GRAFICO 7 NIVEL SOCIOECONOMICO.....	18
GRAFICO 8 PERSONA NATURAL NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD....	31
GRAFICO 9 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	38
GRAFICO 10 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES.....	39
GRAFICO 11 MODELO 5 FUERZAS DE PORTER.....	45
GRAFICO 12 TÉCNICAS DE INFORMACIÓN.....	60
GRAFICO 13 PREGUNTA NUMERO 1.....	62
GRAFICO 14 PREGUNTA NUMERO 2.....	63
GRAFICO 15 PREGUNTA NUMERO 3.....	64
GRAFICO 16 PREGUNTA NUMERO 4.....	65
GRAFICO 17 PREGUNTA NUMERO 5.....	66
GRAFICO 18 PREGUNTA NUMERO 6.....	67
GRAFICO 19 PREGUNTA NUMERO 7.....	68
GRAFICO 20 PREGUNTA NUMERO 8.....	69
GRAFICO 21 PREGUNTA NUMERO 9.....	70
GRAFICO 22 PREGUNTA NUMERO 10.....	71
GRAFICO 23 PREGUNTA NUMERO 11.....	72
GRAFICO 24 PREGUNTA NUMERO 12.....	73
GRAFICO 25 PREGUNTA NUMERO 13.....	74
GRAFICO 26 PREGUNTA NUMERO 14.....	75
GRAFICO 27 DEMANDA.....	79
GRAFICO 28 DEMANDA ACTUAL SERCONTRI.....	81
GRAFICO 29 MACROLOCALIZACION.....	86
GRAFICO 30 MICROLOCALIZACION.....	87
GRAFICO 31 FLUJO DE PROCESO.....	104



## INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACION 1 TARJETA DE PRESENTACION .....	50
ILUSTRACION 2 HOJA VOLANTE.....	50
ILUSTRACION 3 NOMBRE DE LA EMPRESA .....	51
ILUSTRACION 4 LOGOTIPO .....	52
ILUSTRACION 5 SLOGAN.....	52
ILUSTRACION 6 PRODUCCION DE QUITO .....	88
ILUSTRACION 7 DISTRIBUCION DE LA PLANTA .....	90

## INDICE DE CUADROS

CUADRO 1 EQUIPO DE OFICINA.....	106
CUADRO 2 INGRESOS OPERACIONALES .....	107
CUADRO 3 COSTO DIRECTO .....	108
CUADRO 4 COSTO INDIRECTO.....	109
CUADRO 5 GASTO ADMINISTRATIVO.....	110
CUADRO 6 GASTO DE VENTA.....	110
CUADRO 7 GASTO FINANCIERO .....	111
CUADRO 8 COSTO FIJO.....	111
CUADRO 9 COSTO VARIABLE .....	112
CUADRO 10 INVERSION FIJA .....	113
CUADRO 11 CAPITAL DE TRABAJO.....	114
CUADRO 12 FUENTE DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS .....	114
CUADRO 13 AMORTIZACION DEL CREDITO.....	115
CUADRO 14 DEPRESIACION.....	116
CUADRO 15 ESTADO DE SITUACION INICIAL .....	117
CUADRO 16 ESTADO DE RESULTADOS.....	118
CUADRO 17 FLUJO DE CAJA .....	119
CUADRO 18 TASA DE DESCUENTO .....	120
CUADRO 19 VAN.....	121
CUADRO 20 TIR .....	121
CUADRO 21 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION .....	123
CUADRO 22 RELACION COSTO BENEFICIO.....	124
CUADRO 23 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	125
CUADRO 24 ROE.....	126
CUADRO 25 RENDIMIENTO DE LA INVERSION.....	127
CUADRO 26 APALANCAMIENTO FINANCIERO .....	127
CUADRO 27 RAZON DE ENDEUDAMIENTO.....	128
CUADRO 28 MARGEN NETO.....	128
CUADRO 29 INDICADOR DE COBERTURA.....	129



## CAPÍTULO I

### INTRODUCCION

#### 1.1 Justificación

El Sistema Tributario y el área Contable ha cambiado paulatinamente en los últimos años, las nuevas leyes y políticas de equidad tributaria que ha implementado y ejecutado el Gobierno tiene como efecto que la Administración de las empresas sea más fuerte y estricta en el control para mejorar los mecanismos de cumplimiento con sus obligaciones tributarias. De aquí emergen dudas y desconocimiento sobre cómo manejar de manera responsable los cambios plantados por los pequeños y medianos empresarios que de manera voluntaria desean contribuir con el desarrollo empresarial además cumplir con la ley. El Ecuador ha tenido que sujetarse a las normas y reglamentos que han sido establecidas por los diferentes organismos de control y regulación.

El siguiente estudio está enfocado en la falta de cultura tributaria como también en el registro diario de actividades Contables, que desde hace algunos años no tenía tanta fuerza como actualmente la tiene, debido a que ésta cultura no estaba contando con la aceptación necesaria y se ignoraban muchos aspectos que en la actualidad son de suma importancia para el desarrollo comercial del país.

Por obvias razones un empresario debe conocer que recursos y obligaciones tiene una empresa como tal, por ello el conocimiento y la asesoría es importante al momento de incorporarse al mundo productivo y competitivo.

Hoy en día, nos encontramos en una nueva época en la que las necesidades de información han cambiado, y no están cubiertas en su totalidad a pesar que el Servicio de Rentas Internas (SRI) ha invertido importantes recursos en mejorar y simplificar los servicios de atención a los contribuyentes. La sociedad ecuatoriana todavía mantiene una cultura tributaria limitada en el pago de impuestos, parcialmente por el desconocimiento de las normas, por la todavía limitada cobertura de los servicios tributarios prestados por el SRI y la dificultad de los procedimientos. Conocer las obligaciones evitara que en un futuro el empresario tenga algún tipo de problema con las autoridades competentes, es bien conocido que el pago oportuno y correcto de las obligaciones tributarias permitirá el crecimiento empresarial sin ningún inconveniente.

La apertura del mercado Nacional trae consigo un aumento de transacciones comerciales, lo que a su vez ha dado origen a una problemática de tributación y Contabilidad, en la cual la falta de conocimiento es el principal factor para que la sociedad se desentienda de este tema tan importante actualmente.

Toda empresa está inmersa en un determinado entorno (tecnológico, sociocultural, político, económico, ecológico, demográfico) que evoluciona y está sometido a un cambio continuo y permanente, el que a su vez le propicia condiciones tanto en sus

relaciones con los proveedores, competencia, clientes, personal, especialmente con el Estado Ecuatoriano mediante el cobro de impuestos como ingreso importante del desarrollo social.

La globalización va transformando a todos los productos y servicios: los clientes actuales o potenciales no cesan de incrementar sus demandas y expectativas. Las Consultoras Contables, Tributarias para ganar y retener clientes necesitan encontrar un elemento que se transforme en una ventaja competitiva, esa ventaja sería el servicio personalizado y brindar servicios adicionales hacia los clientes potenciales.

## **1.2 Antecedentes**

Desde el principio de los tiempos la humanidad ha tenido y tiene que mantener un orden en cada aspecto y más aún en materia económica, utilizando medios muy elementales al principio, para luego emplear medios y prácticas avanzadas para facilitar el intercambio y/o manejo de sus operaciones. La contabilidad es una actividad tan antigua como la propia humanidad en efecto, desde la aparición del hombre y aún mucho antes de conocer la escritura.

Desde que el hombre tiene uso de razón ha tenido y tiene que mantener un orden en todos los ámbitos de su vida, de manera bastante básica al comienzo, pero que a través del tiempo se ha ido perfeccionando hasta llegar a los estándares hoy conocidos, los cuales tienen como finalidad facilitar el manejo de las operaciones.

**LA CONTABILIDAD EN LA EDAD ANTIGUA.** Las primeras civilizaciones que surgieron sobre la tierra tuvieron que hallar la manera de dejar constancia de determinados hechos con proyección aritmética, que se producían con demasiada frecuencia y eran demasiado complicados, requerían calcular la repartición de tributos y registrar su cobro por uno u otro medio.

**Mesopotamia** La creación del célebre código de Hammurabi, promulgado alrededor del año 1700 a de J.C. contenía, a la vez que leyes penales, normas civil y de comercio. Reglamentaba contratos como los de préstamo, venta, arrendación, comisión, depósito y otras figuras propias del derecho civil y mercantil. Los templos llegaron a ser verdaderas instituciones bancarias, que efectuaban préstamos el interés estaba esmeradamente regulado.

**Egipto** El instrumento material utilizado habitualmente por los egipcios para realizar la escritura era el papiro. Las anotaciones de tipo contable, por su carácter repetitivo, llegaron a conformar un tipo de escritura hierática que ha resultado muy difícil de descifrar para los estudiosos.

**Roma** Ya en el siglo I antes de Cristo se desfavorecía a una persona que fuera incapaz de fiscalizar contablemente su patrimonio. El libro más empleado era el de ingresos y gastos, los grandiosos negociantes llegaron a perfeccionar sus libros de contabilidad de tal manera que algunos historiadores han creído ver en ellos un primer desarrollo del principio de la partida doble.

## **LA CONTABILIDAD EN LA EDAD MEDIA**

Aun con de la caída del Imperio Romano, las prácticas contables se conservaron y lograron un considerable progreso a lo largo de la Edad Media. En Italia, durante los Siglos VII y VIII, particularmente en Venecia, la actividad contable se convirtió en una profesión de mucho prestigio; allí se encontraban grupos de personas dedicadas a su práctica permanente.

El mayor avance de la contabilidad en la Edad Media se dio con la aparición de los libros auxiliares, los cuales permitían a los comerciantes registrar sus cuentas por clientes.

En la Italia del siglo VIII, la contabilidad era una actividad usual y necesaria, tanto que en Venecia se conoció de una casta dedicada a tal práctica en forma profesional y constante. Es en esta ciudad donde se dio mayor impulso a la Contabilidad.

Es para los años treinta del siglo XV, cuando se conoce mundialmente el sistema "a al Veneciana", que consistía en un juego de dos libros, uno que contenía los registros cronológicamente y el otro que agrupaba las cuentas de caja, corresponsalía, Pérdidas y Ganancias, y las cuentas patrimoniales, de tal manera que se puede decir que éste es el origen de los libros Diario y Mayor

## **LA CONTABILIDAD EN LA EDAD MODERNA**

Se abordó el tema contable solo para ampliar el tratamiento de los conceptos y prácticas comerciales de la época, en especial lo relacionado con sociedades, intereses y letras de cambio.

Su profundo tratado de contabilidad explicaba el concepto de inventario como una lista de activos y pasivos, la cual debe relacionar el propietario antes de empezar a operar. Para el siglo XVI la actividad contable se encontraba en pleno apogeo, tanto en lo académico como en lo profesional, constituyéndose en una herramienta de gran importancia para los sectores económico y social.

En los siglos XVII y XVIII, ante el apogeo del mercantilismo en Holanda, Francia e Inglaterra y el nacimiento de los emporios comerciales e industriales, se estableció en estos países, especialmente en Inglaterra, la profesión contable como una actividad independiente, profesional y libre

(<http://www.promonegocios.net/contabilidad/historia-contabilidad.html>)

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.1 Ambiente Externo

Son todos aquellos factores que influyen en la organización. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macro ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización.

(<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm>)

##### 2.1.1 Factor Económico.

Condiciones y tendencias generales de la economía que pueden ser factores en las actividades de la organización. Los cambios económicos pueden generar oportunidades o amenazas para los empresarios.

Cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse.

De lo contrario cuando la economía pasa por una crisis, caso de las recesiones, la demanda disminuye aumentando el desempleo y disminuyendo las utilidades.

(<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm>)

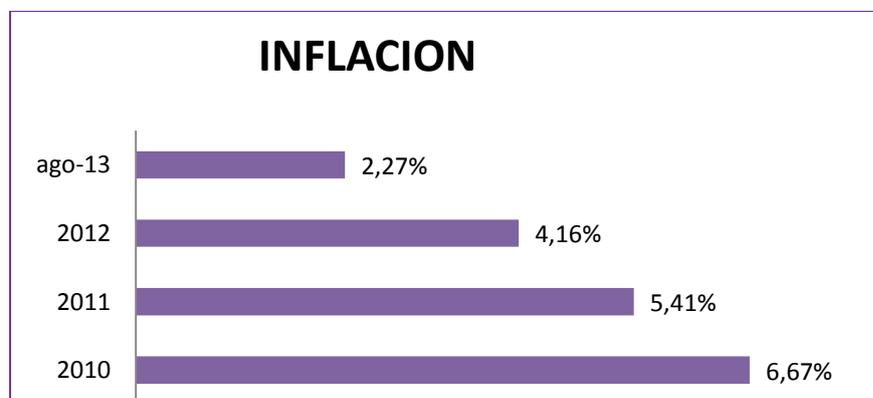
### ***2.1.1.1 inflación.***

La inflación se define como un proceso de elevación continuada y sostenida del nivel general de precios en una economía. El dinero pierde valor cuando con él no se puede comprar la misma cantidad de bienes que con anterioridad.

**Tabla 1 INFLACIÓN**

AÑO	TASA DE INFLACIÓN
2010	4.30%
2011	5.41%
2012	4.16%
AGOSTO 2013	2.27%

**GRAFICO 1 INFLACIÓN**





**ANÁLISIS:** La inflación en los 3 últimos años ha disminuido por ello se considera que en el sector productivo puede ser una Amenaza con impacto bajo ya que existe control en los precios pero todavía existe, sin olvidar que los datos puedan variar en los próximos años tomando en cuenta el consumo de la sociedad y la disponibilidad económica para adquirirlos.

### ***2.1.1.2 Tasas de Interés.***

La tasa de interés (o tipo de interés) es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero

**Tabla 2 TASAS DE INTERES BANCO PICHINCHA**

TIPO DE CRÉDITO	TASA DE INTERES BANCO PICHINCHA	
	DE LA ENTIDAD	MÁXIMA BCE
COMERCIAL	11.20%	11.83%
CONSUMO	15.18%	16.30%
CONSUMO VEHICULOS	15.15%	16.30%
MICROCRÉDITO	22.50%	30.50%
VIVIENDA	10.75%	11.33%

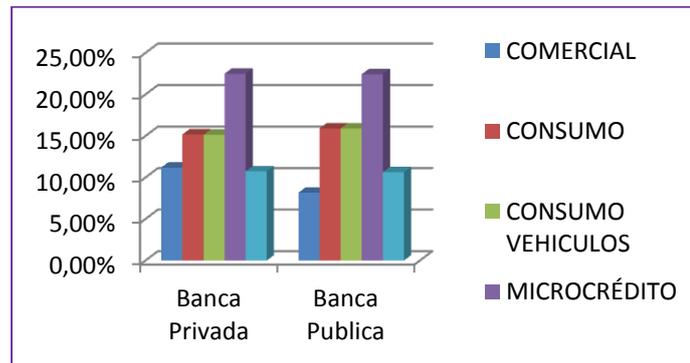
**Tabla 3 TASAS DE INTERES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**

Tasas de Interés			
OCTUBRE 2013 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50

**Tabla 4 TASA PASIVA BANCO CENTRAL DE ECUADOR**

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

GRAFICO 2 TASAS DE INTERES



**ANÁLISIS:** Desde que el Gobierno Nacional implementó una política de reducción de tasas activas máximas, se han mantenido estables las tasas de interés tanto sector Público como el sector Privado por ello es una Oportunidad ya que los créditos son accesibles en la actualidad principalmente para el desarrollo productivo, tomando en cuenta la evolución crediticia de los prestamistas.

### 2.1.1.3 Riesgo País.

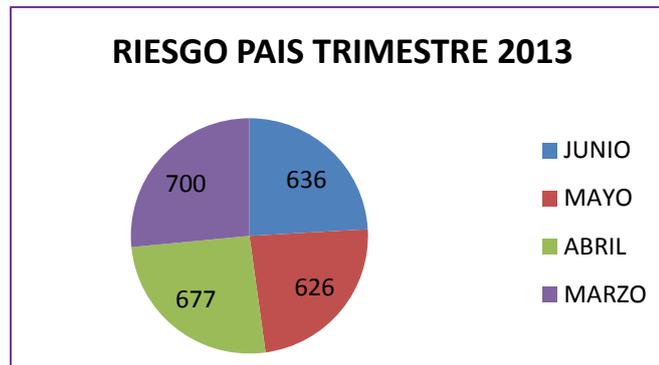
Todo riesgo inherente a operaciones transnacionales y, en particular, a las financiaciones desde un país a otro. La importancia de tener en cuenta el riesgo país, en las operaciones crediticias de las operaciones bancarias internacionales.

([http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais))

Tabla 5 RIESGO PAIS

FECHA	VALOR
JUNIO 2013	636
MAYO 2013	626
ABRIL 2013	677
MARZO 2013	700

GRAFICO 3 RIESGO PAÍS



**ANÁLISIS:** Mientras más alto es el Indicador menor es la credibilidad del País al momento de contraer una deuda al extranjero o permitir inversión extranjera que sustente el aumento del sector productivo por ello es una Amenaza ya que el riesgo es permanente lo cual encadena a un sin número de garantías que dificulta y encarece a los proyectos en inicio de sus Actividades.

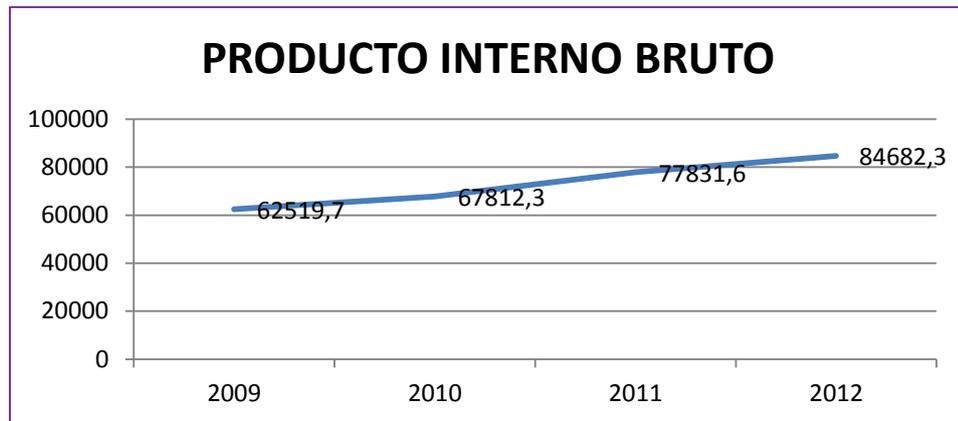
#### 2.1.1.4 *Producto Interno Bruto.*

Es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un período determinado de tiempo (normalmente un año).

Tabla 6 PRODUCTO INTERNO BRUTO

FECHA	VALOR
Enero-31-2012	84682.30 millones de USD
Enero-31-2011	77831.60 millones de USD
Enero-31-2010	67812.30 millones de USD
Enero-31-2009	62519.70 millones de USD

GRAFICO 4 PRODUCTO INTERNO BRUTO



**ANÁLISIS:** El crecimiento del Producto Interno Bruto ha presentado un aumento sostenible en los sectores productivos eso es una Oportunidad ya que más empresas pueden formar parte de una sociedad en constante crecimiento de esta manera la asesoría contable es de utilidad para el correcto manejo de los microempresarios.

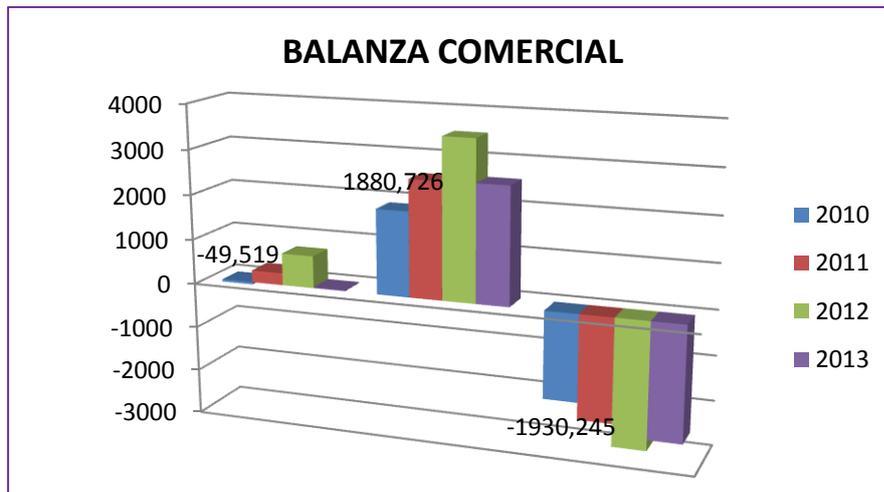
#### 2.1.1.5 Balanza Comercial.

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es la diferencia entre los bienes que un país vende al exterior y los que compra a otros países.

Tabla 7 BALANZA COMERCIAL

	Ene Abr 2010	Ene -Abr 2011	Ene -Abr 2012	Ene -Abr 2013
Balanza Total	-49,510	268,768	715,376	24,321
Balanza Petrolera	1,880,726	2,574,314	3,523,853	2,588,317
Balanza No petrolera	-1,930,245	-2,305,545	-2,808,477	-2,563,997

GRAFICO 5 BALANZA COMERCIAL



**ANÁLISIS:** Las Exportaciones de petróleo se ha mantenido una balanza Comercial Petrolera estable, por ser ese su principal producto de exportación mientras la balanza comercial no petrolera mantiene un saldo negativo debido a la baja producción del país, esto representa una Amenaza y afecta de manera negativa porque no hay reformas fuertes que ayuden a mejorar la exportación de productos nacionales.

### 2.1.2 Factor Social.

Los factores sociales que afectan el entorno económico de una empresa son las influencias culturales de la época.

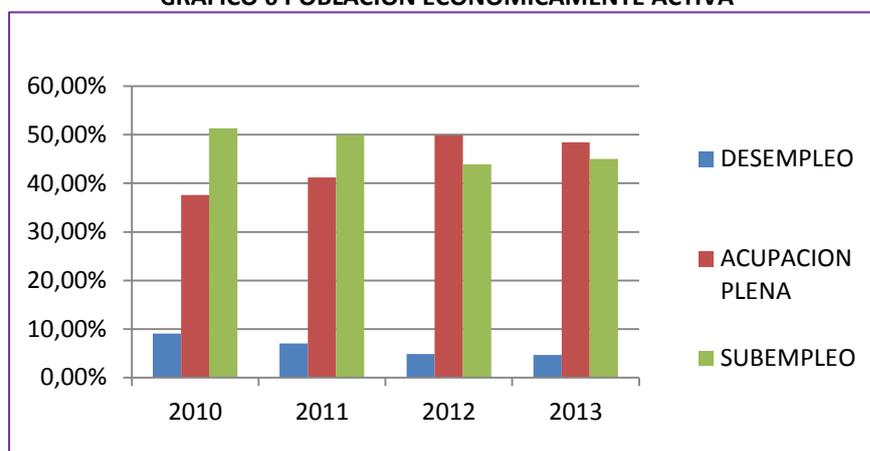
#### 2.1.2.1 Población Económicamente Activa

En el mercado de trabajo, hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y, por tanto, de salario. Por extensión es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar -población activa- carece de un puesto de trabajo.

Tabla 8 POBLACION ECONOMICA ACTIVA

Fecha	Desempleo	Ocupacion Plena	Subempleo
mar-10	9,10	37,60	51,30
mar-11	7,04	41,19	49,97
mar-12	4,88	49,91	43,90
mar-13	4,64	48,41	45,01

GRAFICO 6 POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA



**ANÁLISIS:** La disminución del desempleo representa una Oportunidad en la Sociedad ya que puede verificar elevados factores de crecimiento económico y que de esta manera se mantengan por largo tiempo para que ello se refleje en una real reducción de la pobreza. La ocupación plena mantiene un nivel positivo lo que refleja que los ciudadanos tienen un trabajo estable.

---

### ***2.1.2.2 Economía Popular y Solidaria.***

Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al Buen Vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,

(LEY ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA)

**ANÁLISIS:** Mediante el impulso por parte del Gobierno Nacional los microempresarios ahora pueden unir fuerzas productivas, según sus capacidades, condiciones y Oportunidades para lograr el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la Economía Popular y Solidaria. Eso refleja Oportunidad para la Asesoría Contable y Tributaria que busca una concientización en la comunidad y fortalecer conocimientos Actuales.

### **2.1.2.3 Nivel Socioeconómico**

Jerarquía que tiene una persona o un grupo con respecto al resto. Usualmente se mide por el ingreso como individuo y/o como grupo, y otros factores como ser equipamiento del hogar, condiciones generales en las que vive, nivel educativo, etc.

Básicamente el nivel socioeconómico puede ser nivel bajo, medio o alto, aunque dependiendo del estudio que se hace, pueden separarse en más niveles.

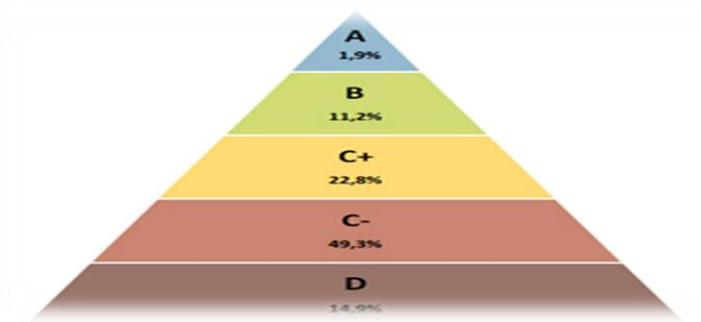
([http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/nivel\\_socioeconomico.php](http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/nivel_socioeconomico.php))

**Tabla 9 NIVEL SOCIOECONOMICO**

<b>ESTRATOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
A (alta),	1,9%
B (media alta)	11,2%
C+ (media)	22,8%
C-(media baja)	49,3%
D (pobreza).	14,9%

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 7 NIVEL SOCIOECONOMICO



**ANÁLISIS:** El medio social está integrado por las actitudes, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación, creencias y costumbre de las personas en un grupo o sociedad determinada, El mayor número de población se encuentra en el nivel medio baja, ya que posee una estabilidad moderada, seguida por el nivel medio que posee estabilidad y aparte puede gozar de algunos lujos. En estos niveles hay gran apertura para lo que es negocios o micro emprendimientos por lo que representa una Amenaza para el desarrollo económico por falta de equidad Económica.

#### ***2.1.2.4 Educación.***

Proceso de socialización de los individuos. El proceso educativo se materializa en una serie de habilidades y valores, que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en el individuo. De acuerdo al grado de concienciación alcanzado, estos valores pueden durar toda la vida o sólo un cierto periodo de tiempo.

(<http://definicion.de/educacion/>)

El Nuevo Modelo de Gestión Educativa (NMGE) es un proyecto que inició su gestión en enero de 2010, y plantea la reestructuración del Ministerio de Educación para garantizar y

asegurar el cumplimiento del derecho a la educación. Es decir, busca influir de manera directa sobre el acceso universal y con equidad a una educación de calidad y calidez, lo que implica ejecutar procesos de desconcentración desde la Planta Central hacia las zonas, distritos y circuitos, para fortalecer los servicios educativos y aproximarlos hacia la ciudadanía, atendiendo las realidades locales y culturales.

(MINISTERIO DE EDUCACION)

**ANÁLISIS:** La educación es una inversión altamente rentable desde el punto de vista social, invertir en la formación de recursos humanos de manera eficiente, aumentara las posibilidades de un desarrollo continuo, mediante la ayuda del Gobierno y las formas de financiamiento más efectivas y viables con la realidad nacional del país, Es Oportunidad que la Educación sea regulada y accesible para todos los sectores mediante la gratuidad que brinda el Gobierno Nacional.

### 2.1.3 Factor Legal.

Los factores político-legales son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica. (<http://www.crearempresas.com/>)

---

### *2.1.3.1 La Constitución del Ecuador.*

#### **PRINCIPIOS FUNDAMENTALES**

**Art. 1.-**El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. (Http:

[//www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf](http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf), 2010)

#### **Trabajo y seguridad social**

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

**Art. 34.-**El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá e por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad,

Suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades

individuales y colectivas. (Http: [//www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf](http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf), 2010)

### **2.1.3.2 Régimen Tributario**

Art. 300.-El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Art. 301.-Sólo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos. Sólo por acto normativo de órgano competente se podrán establecer, modificar, exonerar y extinguir tasas y contribuciones. Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley. (Http: [//www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf](http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf), 2010)

**ANÁLISIS:** Con el aspecto político legal vemos que el Ecuador mantiene una Constitución sostenible para el beneficio y desarrollo de la sociedad ecuatoriana, con esto terminar con la inestabilidad política social en la que nos hemos encontrado en los últimos años, por ellos es una Oportunidad ya que los cambios son tomados en bienestar de todos los habitantes del país.

### 2.1.4 factor Tecnológico.

Son los derivados de los avances científicos y son estimulados por las consecuencias económicas favorables del empleo de la tecnología como instrumento para competir.

(<http://www.crearempresas.com/>)

Actualmente el área de Contabilidad y Fiscal ha dado un giro importante en el uso de la tecnología de información, debido a que anteriormente se realizaba la contabilidad sin ningún tipo de paquete computacional, y ahora podemos encontrar paquetes contables desarrollados especialmente para estas áreas.

#### ***2.1.4.1 Internet.***

Internet es un impulsado del fenómeno de la Globalización y junto con la llamada desmaterialización de la economía ha dado lugar al nacimiento de una Nueva Economía caracterizada por la utilización de la red en todos los procesos de incremento de valor sea cualquier nivel de uso en la población.

#### ***2.1.4.2 Declaración de Información en Medio Magnético***

DIMM sistema que permite verificar que los archivos creados en otros sistemas estén correctamente elaborados y, si están en un formato diferente, los transforma al requerido por el SRI. Cuando los archivos están correctamente elaborados, el DIMM genera un reporte con la información condensada del anexo, conocido como Talón Resumen.

Con la finalidad de facilitar la presentación de Declaraciones por parte de los contribuyentes, el Servicio de Rentas Internas, desde enero del 2003, puso a su disposición el Sistema de Declaraciones por Internet. (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)

### ***2.2.4.3 Tecnología de la Contabilidad***

La tecnología en Contabilidad facilita las tareas de los profesionales de la contabilidad. Con los años, el desarrollo de software de contabilidad ha racionalizado los procesos de registro y mantenimiento de registros financieros, la generación de estados financieros, manejo de nómina, la eliminación de errores. Los modelos de contabilidad, la tecnología informática y el software son la mejor opción para especializarse en la tecnología de contabilidad y los sistemas de información contable.

(<http://allstudies.com/tecnologia-en-contabilidad.html>)

**ANÁLISIS:** En el mundo actual demanda de contadores con experiencia en software, pues, un conocimiento profesional de la tecnología de la contabilidad le ayuda a alcanzar una carrera profesional tanto en los campos técnicos y no técnicos de la contabilidad y las finanzas, mejorando la capacidad de comunicación, la capacidad de trabajo en equipo, capacidad de decisión y resolución de problemas.

## **2.2 Entorno Local**

Elementos que están relacionados permanentemente con la empresa y que influyen en las operaciones diarias como en los resultados esperados.

### **2.2.1 Clientes.**

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

(<http://www.promonegocios.net/clientes>)

#### ***2.2.1.1 Clientes Reales.***

Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

(<http://www.promonegocios.net/clientes>)

#### ***2.2.1.2 Clientes Potenciales.***

Aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar.

Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

(<http://www.promonegocios.net/clientes>)

**Tabla 10 CLIENTES**

CLIENTES
Pequeñas Empresas
Medianas Empresas
Persona natural
Estudiantes

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** Es importante conocer a los clientes a profundidad visualizar cuáles son sus necesidades principales para adaptar un producto o servicio.

### 2.2.2 Proveedores.

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

(<http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>)

**Tabla 11 PROVEEDORES**

<b>PRODUCTO O SERVICIO</b>	<b>PROVEEDOR</b>
SERVICIOS DE ELECTRICIDAD	EMPRESA ELECTRICA QUITO
SERVICIO DE AGUA POTABLE	EMPRESA METROPOLITANA
SERVICIO DE INTERNET	CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
SUMINISTROS DE OFICINA	PACO Y SUPER PACO
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	FDG

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** los proveedores constituyen una parte notable en el desarrollo de las actividades diarias y permiten encaminar a una competitividad leal entre competidores que se mantengan en la misma rama.

### 2.2.3 Competidores.

Se refiere a la empresa que oferta un producto o servicio similar o que tiene el mismo proveedor. Actores económicos quienes tienen libertad para participar del mercado a través de la oferta y la demanda de productos y servicios. Esto quiere decir que, cuando hay competencia, existen diversos oferentes y demandantes

(<http://www.promonegocios.net/clientes>)

Tabla 12 COMPETIDORES

EMPRESA	DIRECCION	OBSERVACION
ADYCONT - SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y CONTABLES	Iñaquito y Unión Nacional de Periodistas, Ed. UNP, 4to Piso, Of. 401	profesionales que ofrecemos servicios de Contabilidad Asesoría Tributaria
CONTABILIDAD LPS	SHYRIS Y SUECIA	Servicio de asesoría contable y tributaria.
DISTEXPAC S.A.	Hernando de la Cruz N31- 20 y Mariana de Jesús	Asesoría y capacitación
CORPOUTTER S.A.	Av. República de El Salvador N36-84 entre Suecia y Naciones Unidas	Contabilidad, Asesoría Contable, Asesoría Financiera

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandí Castro

**ANÁLISIS:** Los competidores y la rivalidad modifica la actitud de cada empresario para dirigir sus conocimientos a satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes, la capacidad de una empresa depende de los recursos económicos para competir de una manera leal.

### 2.3 Análisis Interno

Es el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa, con el fin de evaluar los recursos con que cuenta una empresa para, de ese modo, conocer el estado o la capacidad con que cuenta la empresa.

(<http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>)

### 2.3.1 Propuesta Estratégica.

Proceso que permite la identificación de oportunidades de mejoramiento en la operación de la organización, es el desarrollo sistemático de programas de acción encaminadas a alcanzar los objetivos organizacionales, mediante el proceso de analizar, evaluar y seleccionar las oportunidades que hayan sido previstas (Josefina)

#### ***2.3.1.1 Misión.***

Brindar servicios profesionales enfocados a garantizar a nuestros clientes, integridad y ética laboral en la prestación de los servicios de asesoría contable, tributaria, preservando el bienestar de las personas, comunidad contribuyendo así al crecimiento sustentable de la pequeña, mediana empresa

#### ***2.3.1.2 Visión.***

Ser una solución concreta a las necesidades de cada cliente en el área de asesoría contable tributaria, mediante el esfuerzo continuo y dedicación así aportar con respuestas adecuadas según las nuevas normas aplicadas, contando con consultores profesionales que acrediten la solidez de nuestra empresa permitiendo el desarrollo y ofrecer un servicio de calidad personalizado para futuros empresarios asegurando la satisfacción de sus clientes.

#### ***2.3.1.3 Objetivos.***

Elemento programático que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a la misión.

---

---

#### ***2.3.1.3.1 Objetivo General.***

Posesionar a la empresa en el mercado de Servicios de asesoría como una de las más competitiva y moderna aplicando los valores corporativos que garantice la prestación de un servicio de alta calidad,

#### ***2.3.1.3.2 Objetivos Específicos***

Analizar un nuevo enfoque de cultura organizacional que permita ampliar las expectativas visionarias de las empresas y/o negocios.

Brindar en las empresas y/o negocios herramientas necesarias en materia contable, tributaria, para adquirir una ventaja competitiva interna y así lograr proyectarse externamente de manera efectiva.

#### ***2.3.1.4 principios y/o Valores***

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

(<http://rivero.8k.com/comporta.html>)

#### ***2.3.1.4.1 responsabilidad.***

Cumplimiento Verídico eficiente y oportuno de nuestras obligaciones tanto internas como externas encomendadas con el cliente, la empresa y uno mismo

#### ***2.3.1.4.2 honestidad.***

La virtud de hacer correctamente las cosas y ser claros. Carta de presentación y confianza

---

#### ***2.3.1.4.3 Justicia y Respeto***

Respeto a las leyes y normas, así como a las diferencias individuales del ser humano.

: Mantener una línea en la cual todos somos iguales y merecemos ser atendidos con entusiasmo tomando en cuenta sus opiniones.

#### ***2.3.1.4.4 Integridad***

Confidencialidad del cliente, independencia de criterio, actitud profesional e imparcial.

#### ***2.3.1.4.5 Compromiso***

Mantener las reglas claras de cómo se debe funcionar como empresa siempre dando cara por nuestro trabajo, ponerse la camiseta por nuestra labor.

#### ***2.3.1.4.6 Trabajo en Equipo***

Conjunto de personas asignadas o auto asignadas, de acuerdo a habilidades y competencias específicas, para cumplir una determinada meta bajo la conducción de un coordinador

#### ***2.3.1.4.7 Creatividad***

Un factor clave de un servicio personalizado es dedicar el tiempo y los recursos necesarios para ofrecer algo que nadie haya sido capaz de hacer anteriormente.

#### **2.3.2 Gestión Administrativa.**

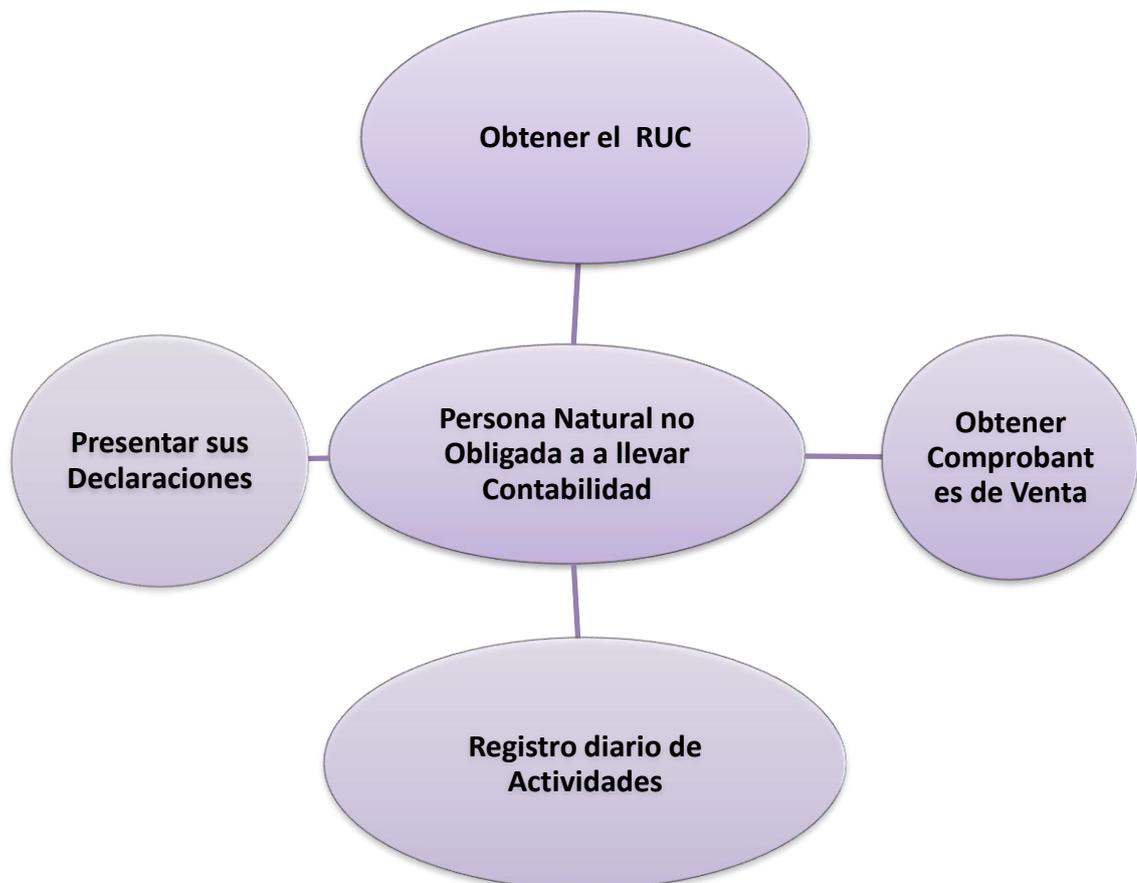
Conjunto de Acciones mediante las cuales los directivos desarrollan sus actividades a través de la Investigación, Planificación, Organización, Dirección, Control y Evaluación de las actividades.

### 2.3.2.1 Constitución de la Empresa

Persona Natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir una empresa como Persona Natural, la persona asume a título personal todas obligaciones de la empresa. Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

(<http://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica/>)

**GRAFICO 8 PERSONA NATURAL NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD**



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

---

### **2.3.2.2 Forma de Constitución.**

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

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)

### **2.3.2.3 Registro Único de Contribuyentes (RUC).**

Punto de partida en el funcionamiento de la administración tributaria que sirve para registrar e identificar a los sujetos pasivos: personas naturales y sociedades. Permite configurar una base de datos donde se encuentra la información necesaria sobre los contribuyentes que ejercen actividades económicas en el territorio ecuatoriano. (SRI)

Inscripción en el RUC Requisitos básicos:

- ❖ Original y copia a color de la cédula de identidad o pasaporte.
- ❖ Original y copia del certificado de votación vigente.
- ❖ Original y copia de planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono) o demás documentos que detalle la dirección exacta del contribuyente.

Requisitos adicionales de Actividades específicas:

- ❖ Original y Copia de título universitarios avalado por la Secretaria Nacional de Educación Superior o copia del carnet otorgado por el respectivo Colegio Profesional.

En la actualidad Universidades e Institutos de Educación Superior dentro del país cuentan con carreras de especialización tributaria con objeto de formar profesionales de alto nivel que intervengan en la resolución de problemas, Este campo profesional en cotizado en el mercado laboral.

**Tabla 13 OBLIGACIONES COMO PERSONA NATURAL**

<p>IVA (IMPUESTO AL VALOR AGRAGADO)</p>	<p>FORMULARIO 104 Personas obligadas a llevar Contabilidad</p> <p>FORMULARIO 104A Personas no obligadas a llevar Contabilidad</p> <p>DECLARACION Mensual con tarifa 0 % y 12%</p> <p>DECLARACION Semestral con tarifa 0% si le retienen el 100% de IVA (profesionales y arrendatarios de bienes inmuebles a Sociedades)</p>						
<p>IR (IMPUESTO A LA RENTA)</p>	<p>FORMULARIO 102 Personas obligadas a llevar Contabilidad.</p> <p>FORMULARIO 102 A Personas no obligadas a llevar Contabilidad</p> <p>DECLARACION Anual ingresos brutos anuales superan la base imponible.</p> <table border="1" data-bbox="788 1565 1114 1968"> <tr> <td>2013</td> <td>10.180,00</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>9.720,00</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>9.210,00</td> </tr> </table>	2013	10.180,00	2012	9.720,00	2011	9.210,00
2013	10.180,00						
2012	9.720,00						
2011	9.210,00						

Elaborado por; Mayra Alexandra Chandi Castro

---

## ADICIONALMENTE

La Administración Tributaria requiere para efectos de control que los contribuyentes presenten información adicional a las declaraciones de impuestos.

- ❖ Anexo Gastos Personales. Los cuales no podrán superar el 50% del total de los ingresos y en ningún caso será mayor al equivalente a 1,3 veces la fracción básica. Para ello los comprobantes de venta deberán estar a nombre del contribuyente, conyugue e hijos menores de edad. En el artículo 10 de LRTI constan:

Vivienda: 0,325 veces

Educación: 0,325 veces

Alimentación: 0,325 veces

Vestimenta: 0,325 veces

Salud: 1,3 veces

(SRI)

- ❖ Anexo de Retenciones en la fuente de Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC). Presentar la información mensual relativa a las compras o adquisiciones detalladas por comprobante de venta y retención, y los valores retenidos en la Fuente de Impuesto a la Renta por Otros Conceptos lo siguientes contribuyentes:

Las sociedades

Personas naturales obligadas a llevar contabilidad (que no tengan la obligación de presentar el ATS)

❖ Anexo de ICE

Los fabricantes e importadores de bienes y quienes presten servicios sujetos al ICE, inclusive de aquellos expresamente exonerados del impuesto, remitirán en forma mensual, un informe acerca de las ventas de sus productos y servicios gravados con ICE.

Según el noveno dígito del RUC se calcula las fechas de pago de cada contribuyente.

**Tabla 14 NOVENO DÍGITO DEL RUC**

NOVENO DÍGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

### 2.3.2.4 Patente Municipal LUAE

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de agilizar los servicios que presta a la ciudadanía, presenta el nuevo proceso para obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- ❖ Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- ❖ Permiso Sanitario
- ❖ Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- ❖ Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- ❖ Permiso Ambiental
- ❖ Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- ❖ Actividades Turísticas
- ❖ Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- ❖ General de Policía.

**Tabla 15 CATEGORIAS LUAE**

<b>Inspecciones</b>	<b>Categoría 1</b>	<b>Categoría 2</b>	<b>Categoría 3</b>
Inspección de Bomberos (previa a la emisión de la licencia)		●	●
Inspección de Ambiente (previa a la emisión de la licencia)		●	●
Inspección de Salud (previa a la emisión de la licencia)		●	
Inspección de Turismo (previa a la emisión de la licencia)		●	
Inspección de Bomberos (posterior a la emisión de la licencia)	●		
Inspección de Publicidad (posterior a la emisión de la licencia)	✱	✱	✱

(Quito)

Tabla 16 REQUISITOS LUAE

Requisitos	Generales	Jurídicos	Artesanos	Para colocar rótulo
Formulario único de solicitud de LUAE	•	•	•	•
Copia de RUC	•	•	•	•
Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal	•	•	•	•
Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones	•	•	•	•
Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO		•		
En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo			•	
En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como				•
En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local				•
En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo				•

(Quito)

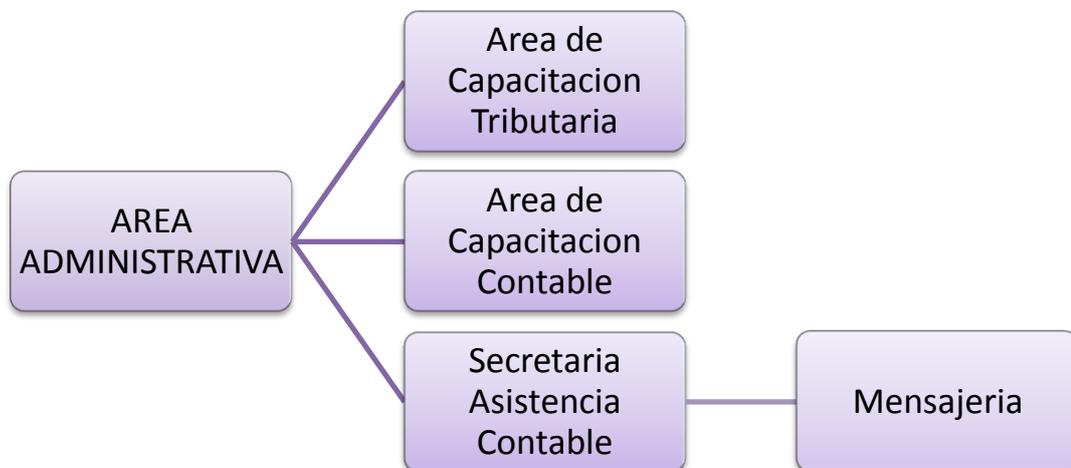
### 2.3.3 Gestión Operativa.

La gestión operativa en el ámbito empresarial se refiere al día a día, esto quiere decir que son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, siga existiendo.

#### 2.3.3.1 Organigrama Estructural.

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, (<http://organigramaempresa.galeon.com/>)

GRAFICO 9 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

#### 2.3.3.2 Organigrama Funcional

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones.

Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

(<http://organigramaempresa.galeon.com/>)

**GRAFICO 10 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES**



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 2.3.3.3 Descripción de Funciones por Áreas.

Tabla 17 FUNCIONES POR AREA

#### **ADMINISTRACIÓN**

Labores de programación, proceso de comercialización, organización, supervisión y control de los objetivos, a fin de garantizar una operación óptima, segura y confiable dentro de las metas establecidas.

#### **FUNCIONES PRINCIPALES:**

- ❖ Exige iniciativa y criterio para el ejercicio de sus funciones.
- ❖ Capacidad analítica, liderazgo y razonamiento lógico.
- ❖ Responsabilidad en el manejo de personal a su cargo.
- ❖ Habilidad para coordinar acciones con su equipo de trabajo.
- ❖ Disponibilidad permanente fuera de horas laborables para atender casos de emergencia.
- ❖ Mantenerse informado sobre las novedades en el ambiente de la competencia y en las transacciones comerciales con el mercado.
- ❖ Preparar publicidad enfocada al giro del negocio y mostrar resultado.

#### **ÁREA DE CAPACITACIÓN**

Instructor, profesor, entrenador, preparador, diestra a personas: guiar, encaminar.

Contacto Directo con la cartera de clientes.

#### **FUNCIONES PRINCIPALES;**

- ❖ Capacidad de aplicar los conocimientos en la practica
- ❖ Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión
- ❖ Capacidad de investigación

- ❖ Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedentes de fuentes diversas
- ❖ Identificar, plantear y resolver problemas
- ❖ Capacidad para organizar y planificar el tiempo
- ❖ Capacidad de trabajo en equipo
- ❖ Compromiso con la calidad
- ❖ Habilidades en el uso de las tecnologías
- ❖ Responsabilidad social y compromiso ciudadano
- ❖ Compromiso ético

#### **SECRETARIA ASISTENTE CONTABLE**

Ejecutar labores secretariales administrativas contribuyendo con el proceso, gestión y tramitación de documentos, además del manejo de archivos de la empresa.

#### **FUNCIONES PRINCIPALES:**

- ❖ Recepción de documentos, llamadas telefónicas, manejo de archivos.
- ❖ Redacción de Documentos necesarios para llevar el control de la empresa y de los clientes a cargo
- ❖ Llevar el control de las actividades a realizar (Agenda)
- ❖ Llevar control contable de los ingresos y egresos.
- ❖ Manejo de cuentas personales de la Administración
- ❖ Coordinar a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.
- ❖ Recepción diaria de cobranza causada por ventas de contado
- ❖ Creación de carpetas de empleados para registro, documentos del IESS.

## MENSAJERIA

Entre sus responsabilidades se encuentran: Realizar labores de mensajería y soporte para Secretaria y Administración.

## FUNCIONES PRINCIPALES

- ❖ Abrir y Cerrar las oficinas.
- ❖ Realizar mantenimiento y limpieza de las instalaciones.
- ❖ Realizar depósitos en los diferentes bancos.
- ❖ Llevar documentación a los proveedores, clientes o lugares indicados.
- ❖ Retirar cobros en la locación del cliente.
- ❖ Atender cualquier solicitud del área administrativa.
- ❖ Retiro de materiales en la locación del proveedor.

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 2.3.3.4 Perfil de los Cargos

Tabla 18 PERFIL DE CARGOS

CARGO	DESCRIPCIÓN
<b>ADMINISTRADOR</b>  Perfil de Competencia <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Profesional en Carreras de Administración de Empresas, Auditoría o similares.</li> <li>❖ Conocimientos administrativos, contables y tributarios y de comercialización.</li> </ul>	Edad: 30 años en adelante  Género: Indistinto  Estado Civil : Indistinto  2 años de experiencia en funciones y posiciones similares.  Manejo de programas Avanzados de computación.  Manejo completo de presupuestos

<p><b>CAPACITADORES</b></p> <p>Perfil de Competencia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Profesionales en el área de Contabilidad, Tributación.</li> <li>❖ Facilidad de relacionarse con las personas</li> </ul>	<p>Edad: 26 años en adelante</p> <p>Género: Indistinto</p> <p>Estado Civil : Indistinto</p> <p>Habilidad para hablar en público.</p> <p>Técnicas de capacitación</p>
<p><b>SECRETARIA ASISTENTE</b></p> <p>Perfil de competencia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estudiante de tercer nivel en Administración de Empresas, Secretariado o similares.</li> <li>❖ Conocimientos de Excel y Office y Técnicas modernas de oficina.</li> </ul>	<p>Edad: 25 años en adelante</p> <p>Género: Femenino</p> <p>Estado Civil : Indistinto</p> <p>1 año de experiencia en cargos similares.</p> <p>Conocimiento Contabilidad general computarizada.</p> <p>Trabajar bajo presión.</p>
<p><b>MENSAJERIA</b></p> <p>Perfil de competencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bachiller o Estudiante en Contabilidad o Sistemas.</li> </ul>	<p>Edad: 19 años en adelante</p> <p>Género: Masculino</p> <p>Estado Civil : Indistinto</p> <p>Actitud de Superación.</p>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

---

### 2.3.4 Gestión Comercial

La forma o estrategias de como promover un producto o servicio ofrecido a la sociedad garantizando su estabilidad en el mercado.

#### *2.3.4.1 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter*

##### *2.3.4.1.1 Competidores.*

La rivalidad entre los competidores en un sector en aumento productivo varía en función a la forma en que los gerentes consideren las amenazas y las oportunidades de su entorno y las estrategias que siga cada empresa para mantener su mercado meta. Las reacciones influyen en aumentos o disminuciones de precios, mejoramiento de características en productos y servicios de mejor calidad.

##### *2.3.4.1.2 Competidores Nuevos.*

El ingreso de nuevos participantes se da en respuesta a las grandes utilidades que genera una actividad económica de las empresas establecidas y el rápido crecimiento de un sector, las barreras de ingreso como capital, posicionamiento son considerados como los factores más predeterminantes al momento de ingresar al mercado.

##### *2.3.4.1.3 Clientes*

El poder negociador de los clientes depende de su capacidad de influencia para enfrentar a una empresa con otra a fin de hacer que se disminuyan los precios, obtener una calidad superior o comprar más bienes o servicios por el mismo precio y mejorando beneficios.

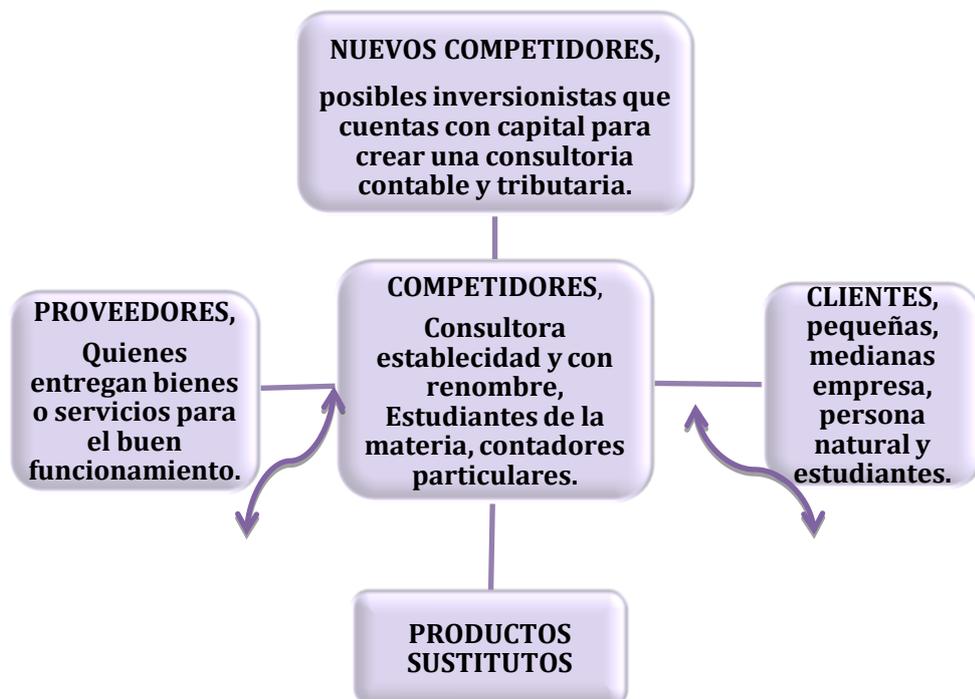
#### 2.3.4.1.4 Proveedores

El poder negociador de los proveedores aumenta cuando protegen una participación de mercado, suben precios o eliminan ciertas características de sus bienes o servicios sin tener demasiada pérdida de clientes y manteniendo ganancias. Siempre y cuando estén seguros que lo que ofrecen no puede ser reemplazado fácilmente.

#### 2.3.4.1.5 Bienes o servicios Sustitutos.

La amenaza de los bienes o servicios sustitutos depende de la capacidad y la disposición de los clientes para cambiar sus hábitos de compra. Considerando que satisfacen una misma necesidad, Los sustitutos limitan el precio que las empresas han propuesto dando una estabilidad en la comunidad.

GRAFICO 11 MODELO 5 FUERZAS DE PORTER



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

#### **2.3.4.2. Marketing mix.**

El marketing mix o mezcla de mercadotecnia es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad. Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Publicidad).

(<http://definicion.de/marketing-mix/>)

##### **2.3.4.2.1 Producto o servicio.**

Producto será todo lo tangible (bienes muebles u objetos) como intangible (servicios) que se ofrece en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.

###### **2.3.4.2.1.1 Servicios de Contabilidad**

- ❖ Procesos contables
- ❖ Conciliaciones y revisiones
- ❖ Incluir nuevos servicios adicionales que le brinden al cliente un mayor disfrute del Servicio.
- ❖ Incluir la entrega a domicilio de documentación.
- ❖ Servicio de Apertura y Asesoría de nuevos negocios.
- ❖ Facilidades de pago.

#### ***2.3.4.2.1.2 Servicios de Tributación***

- ❖ Gestión integral para la ejecución, control y seguimiento en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, y en la regularización general del contribuyente en todo tema tributario ante la Administración Tributaria.
- ❖ Comprende todo tipo de consulta de índole tributario a través de medios telemáticos y en línea que le permitirán tomar decisiones inmediatas de forma acertada.
- ❖ Consultas de las diferentes disposiciones normativas y procedimientos de la administración tributaria.

#### ***2.3.4.2.1.3 Productos tributarios***

- ❖ Formulario 104 Declaración del Impuesto al Valor Agregado.
- ❖ Formulario 104 A Declaración IVA de Personas Naturales No Obligadas llevar contabilidad
- ❖ Formulario 103 Declaración Retención .en la fuente de Impuesto a la Renta
- ❖ Formulario 102 Declaración del Impuesto a la Renta de personas naturales.
- ❖ Formulario 102 A Declaración. Impuesto Renta de P.N. y sucesiones indivisas no obligadas llevar contabilidad.
- ❖ Formulario 107 Comprobante. Retención de impuesto .renta por ingresos del trabajo en relación de dependencia.
- ❖ Anexos de Declaración patrimonial (Formato) una vez año
- ❖ Obtención de clave para declaraciones por internet

- ❖ Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- ❖ Pago indebido / exceso de Impuesto a la Renta
- ❖ Multas e Intereses por pagos atrasados.

#### ***2.3.4.2.1.4 Asesoría personalizada***

- ❖ Tributación
- ❖ Contabilidad (básica, Intermedia)
- ❖ Técnicas y habilidades de Negociación

#### ***2.3.4.2.2 Precio***

Los precios varían y van de acuerdo al abanico de opciones que se ofrece y el presupuesto de los clientes, considerando la optimización de recursos para que sean competitivos a los existentes en el mercado, Para elaborar el precio debemos determinar el costo total que el producto representa para el cliente incluido la distribución, descuentos, garantías.

- ❖ Lanzar al mercado un servicio con un precio bajo, de esta manera lograr una rápida acogida, y poder hacerlo conocer rápidamente entre los clientes.
- ❖ Recomendar los paquetes anuales del servicio donde se realizara un descuento adicional y garantizar la fidelidad de los clientes.

#### ***2.3.4.2.3 Plaza.***

Los servicios inicialmente serán expuestos de manera directa a los clientes y estarán ofertados en el Sector Norte de la Capital, posteriormente continuaremos con la expandiendo a medida que los clientes acepten el servicio.

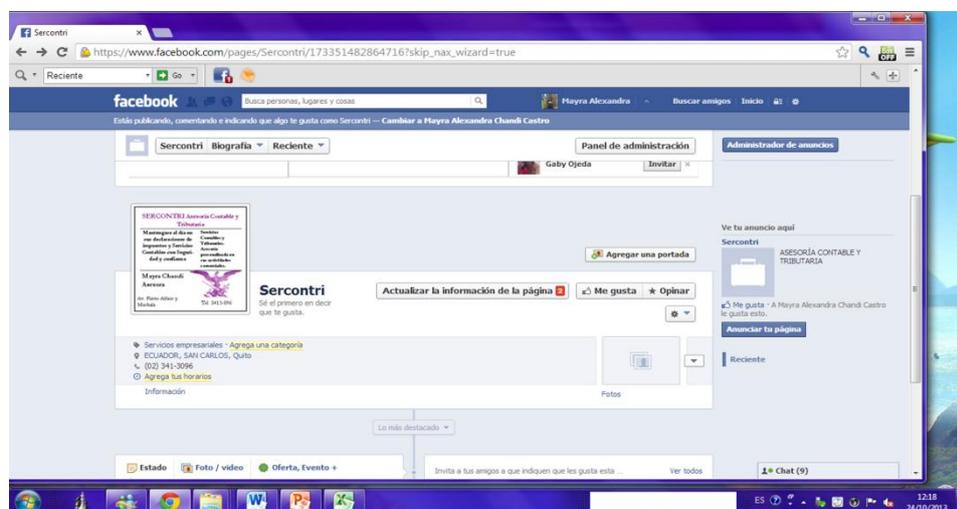
Lograr mantener el servicio, satisfaciendo las necesidades requeridas para conseguir el crecimiento de la empresa.

- ❖ Ofrecer el servicio vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a Locales.
- ❖ ubicar el servicio solamente en un punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva)

#### 2.3.4.2.4 Promoción

Las técnicas de promoción y publicidad van dirigidas a los potenciales clientes, negocios medianos y pequeños. Las estrategias comerciales serán efectuadas por diversos medios tales como:

- ❖ Visitas directas a los establecimientos presentando nuestros servicios y entregando papelería informativa.
- ❖ Promoción en página Web, incluyendo la información completa de nuestra Consultora.



MEJORAR LA CALIDAD DE INFORMACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE ASESORÍA PARA MICRO PYMES, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

- ❖ Radio.
- ❖ Periódico.
- ❖ Folletos
- ❖ Tarjetas de presentación

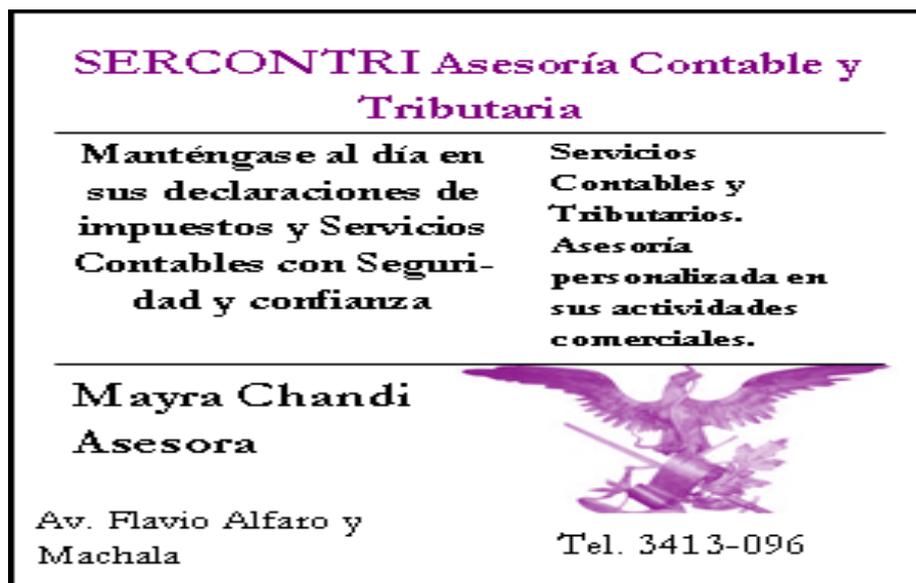
ILUSTRACION 1 TARJETA DE PRESENTACION



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

- ❖ Hojas volantes

ILUSTRACION 2 HOJA VOLANTE



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### **2.3.4.3 Nombre de la empresa**

El nombre de la empresa es la carta de presentación ante el público y trascenderá en el tiempo, en el crecimiento y desarrollo de la empresa, desde sus primeros pasos hasta su posicionamiento en el mercado.

#### **ILUSTRACION 3 NOMBRE DE LA EMPRESA**



**SERCONTRI**

#### **2.3.4.3.1 Descripción del nombre**

Para mejor comprensión de la idea del nombre otorgado a la empresa se desglosa de la siguiente manera:

SER = Servicio

CON = Contables

TRI = Tributarios

#### **2.3.4.3.1 Logotipo**

En términos generales, el logotipo o logo es un importante elemento que forma parte de la marca porque coadyuva a que ésta sea fácilmente identificada.

## Características

**Grandeza:** Ave grande al igual que su tamaño y aún más debe de ser nuestra visión, meta u objetivo en los proyectos a realizar.

**Veloz:** hallado o identificado debemos ser diligentes, y accionarnos a lograrlo.

ILUSTRACION 4 LOGOTIPO



### 2.3.4.3.2 Slogan

Lema publicitario se entiende como frase identificativa en un contexto comercial o político, y como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho. Es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras para formar confianza.

ILUSTRACION 5 SLOGAN

**SEGURIDAD Y CONFIANZA**

#### ***2.3.4.4 Estrategias comerciales***

Las estrategias de marketing, acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

##### ***2.3.4.4.1 Penetración de mercado***

Buscar el incremento en la participación de mercado del servicio mediante un mayor esfuerzo de mercadeo, logrando aumentar los ingresos en los años futuros.

##### ***2.3.4.4.2 Desarrollo de mercado***

Introducir el servicio actual en diferentes zonas geográficas de la Capital del Ecuador.

##### ***2.3.4.4.3 Diversificación del servicio***

Agregar nuevos servicios relacionados con el giro normal de las actividades. O encaminar a buscar nuevos mercados.

##### ***2.3.4.4.4 Alianza estratégica***

Unificar empresas enfocadas al mismo fin logrando beneficios comunes y garantizando un mejor servicio para los clientes.

##### ***2.3.4.4.5 Gestión de patrón de compra***

Creación de un sistema de Suscriptores mediante la segmentación por pymes o trabajadores Autónomos.

##### ***2.3.4.4.6 Marketing directo***

Realizar el seguimiento personalizado incluyendo nuevos servicios de actualización.

#### ***2.3.4.4.7 Orientación al cliente***

Definir las acciones a realizar para poner al cliente explícitamente en el centro de la actividad de la entidad, como forma de hacerle llegar una experiencia 'superior' del servicio.

(<http://uproadmon.blogspot.com/2007/03/estrategias-comerciales.html>)

La información es poder, reaccionar rápidamente ante los cambios del mercado. Al vivir en un mundo globalizado y altamente competitivo; las empresas requieren estar muy atentas a los cambios que se suscitan en el entorno de cada una de ellas, permitiéndoles conocer nuevos segmentos, tendencias, cambios en la conducta del consumidor, cambios en los hábitos de compra; todo esto representa una ventaja competitiva ya que es una forma de anticiparse a los deseos y necesidades del mercado, incluso antes que la competencia.

(Pymes)

#### **2.4 Análisis Foda.**

Herramienta para determinar la Situación Actual de la Empresa mediante el análisis de factores controlables y no controlables (Oportunidades y Amenazas son Externas) (Fortaleza y Debilidad son Internas),

Tabla 19 ANÁLISIS FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZA
<b>PIB.</b> aumento de los Sectores Productivos	<b>Inflación.</b> Que afecta sobre la estabilidad de los precios.
Control de la <b>tasa de interés</b> y apoyo de la Micro empresa.	<b>Riesgo país.</b> Desestabilidad Social y falta de inversión
<b>PEA.</b> Disminución del Subempleo y aumento de ocupación plena.	<b>Balanza Comercial.</b> Falta de Políticas de Exportación y dependencia del Petróleo.
<b>Economía Popular y Solidaria.</b> Incremento de control en el sector productivo.	<b>Nivel Socio Económico.</b> Falta de Equidad de recursos en el país.
<b>Educación.</b> Accesible y aporta al desarrollo del país.	Cambios en la situación <b>económica</b> de los clientes. (Poder de adquisición).
<b>Factor Legal.</b> Leyes que rigen para vivir en una sociedad	Cambios en la situación <b>política</b> (Gobierno) del país.
<b>Tecnología.</b> Contar con la más alta tecnología para la coordinación.	Algún desastre de la naturaleza que perjudiqué a las actividades.
FORTALEZA	DEBILIDADES
Variedad de <b>proveedores</b> que garanticen calidad y buen servicio.	El reconocimiento y prestigio que tengan otras consultoras tributarias con las cuales competimos.
<b>Propuesta Estratégica.</b> Creación y Aplicación de la Administración	<b>Competidores.</b> Quienes modifican indirectamente el mercado.

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

## CAPITULO 3

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Análisis Del Consumidor

El proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes o servicios. En la actualidad la conducta se considera como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, que de alguna forma se influyen entre sí e inducen el acto de compra, a la elección de un producto o marca, o de un servicio.

(<http://rivero.8k.com/comporta.html>)

Es importante analizar el comportamiento del consumidor para saber qué desea realmente, cómo lo desea, en qué momento lo puede comprar, con qué frecuencia lo utilizará, etc.

##### 3.1.1 segmentación del mercado

Para determinar necesidades, tendencias y perfil del mercado; así como la opinión, conducta y hábitos del consumidor, la segmentación de mercado es importante para conocer la efectividad de la empresa.

Tabla 20 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

<b>GEOGRÁFICA</b>	<b>PAÍS:</b> Ecuador
	<b>REGIÓN:</b> Sierra
	<b>PROVINCIA:</b> Pichincha
	<b>SECTOR:</b> Norte de Quito
<b>DEMOGRÁFICAS</b>	<b>EDAD:</b> 18 años en adelante
	<b>GÉNERO</b> Indistinto
	<b>EDUCACIÓN:</b> Ciclo Básico y Bachillerato
	<b>OCUPACIÓN:</b> Emprendedores Independientes

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 3.1.2 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.1.2.1 Población

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, sobre las cuales se va a desarrollar la investigación o estudio.

Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. Se visitaron a los **511.130** establecimientos económicos (locales comerciales, empresas, sucursales, etc.) de todos los 224 cantones del país.

---

Por cada 10 mil habitantes existen **357** locales comerciales.

En los locales censados se emplea a **2,059.504** personas.

(INEC)

Siendo la base de la investigación las personas naturales quienes representan el 14.42% la cual es considerada como la población en este proyecto.

### ***3.1.2.2 Muestra***

Una muestra es una porción representativa de una determinada población. Cuando no se puede realizar un censo, se recurre al muestreo, que es la herramienta que se utiliza para determinar qué porción de la realidad se estudiará. Una muestra representativa contiene las características relevantes de la población en las mismas proporciones que están incluidas en tal población. Una población es un todo y una muestra es una fracción o segmento de ese todo

((<http://www.tiposde.org/ciencias-exactas/233-tipos-de-muestra-estadistica/#ixzz2LIUAuaLc>))

#### ***3.1.2.2.1 Determinación de la muestra***

Muestreo aleatorio por conglomerados: aquí, la población es dividida en grupos que posean características similares entre ellos. Luego de realizar esto, algunos grupos son analizados completamente dejando de lado al resto.

((<http://es.scribd.com/doc/5181091/Estadistica-y-poblacion-y-muestra>))

**Tabla 21 EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA**

<b>SOCIEDADES EN %</b>	<b>PERSONAS NATURALES EN</b>	<b>NUMERO DE EMPRESAS ENCUESTADAS</b>
<b>85.58</b>	<b>14.42%</b>	
servicio 29.96%	servicio 3.834 empresas	170 empresas
comercio 8.64%	comercio 2.232 empresas	127 empresas
manufactura 2.87%	manufactura 872 empresas	63 empresas
agricultura 1.14%	agricultura 308 empresas	63 empresas
extracción de minas 4,04%	extracción de minas 3 empresas	0 empresas
	<b>POBLACIÓN 7249</b>	<b>MUESTRA 423</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

((<http://www.ecuadorencifras.com:8080/analisis/index.php>))

**Tabla 22 FORMULA PARA DETERMINAR LA MUESTRA**

N=	$\frac{N}{(N-1)*E^2-1}$	
N=	$\frac{7249}{(7249-1)*0,0025-1}$	
N=	423	

Nomenclatura

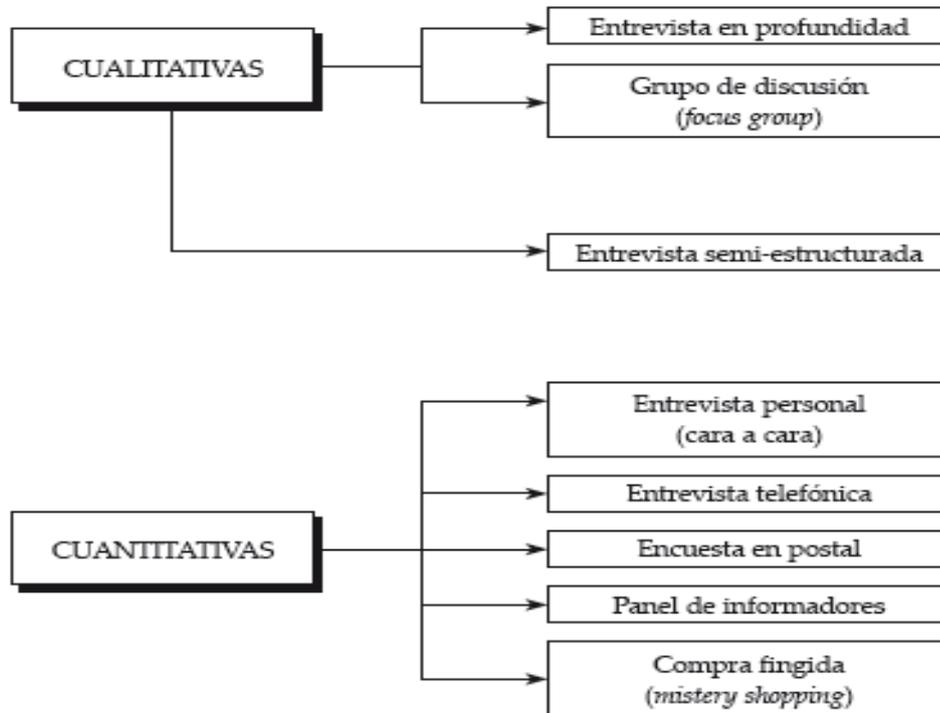
n= población

n-1 = población -1

e2= error máximo

### 3.1.3 Técnicas de obtención de información

GRAFICO 12 TÉCNICAS DE INFORMACIÓN



Fuente: [marketing-xxi.com/principales-tecnicas-de-recogida-de-informacion](http://marketing-xxi.com/principales-tecnicas-de-recogida-de-informacion)

Elaborado por: [marketing-xxi.com/principales-tecnicas-de-recogida-de-informacion](http://marketing-xxi.com/principales-tecnicas-de-recogida-de-informacion)

#### 3.1.3.1 Técnicas e instrumentos de la investigación.

La encuesta, la misma que cuenta con 14 preguntas. Por medio de las cuales tendremos un panorama más claro de las expectativas y necesidades de los potenciales clientes. El objetivo de la utilización de estas técnicas es poder determinar las plazas existentes, así como las falencias en la competencia, además conocer el servicio que desea tener el cliente y las características específicas del servicio

#### 3.1.4 Análisis de la información.

Visualizar y analizar los resultados del proceso de recopilación mediante gráficos dinámicos, análisis concreto y comparar los datos obtenidos para comprender de mejor manera la situación de los consumidores.

##### ***3.1.4.1 Encuesta***

Serie de preguntas recogidas en un cuestionario que se hace a un conjunto de personas para conocer su opinión sobre un asunto determinado.

La encuesta es un estudio en el cual el investigador obtiene los datos a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

(<http://www.portaldeencuestas.com/que-es-una-encuesta.php>)

Esta herramienta de investigación nos ayudó a determinar de manera puntual las necesidades de los clientes, habiendo obtenido con ello la pauta que garantizara que este proyecto sea eficaz y productivo.

#### 3.1.5 Resultados de la encuesta

La información que usted está proporcionando será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado del Servicio de Asesoría Contable Tributaria por favor ayúdeme a contestar.

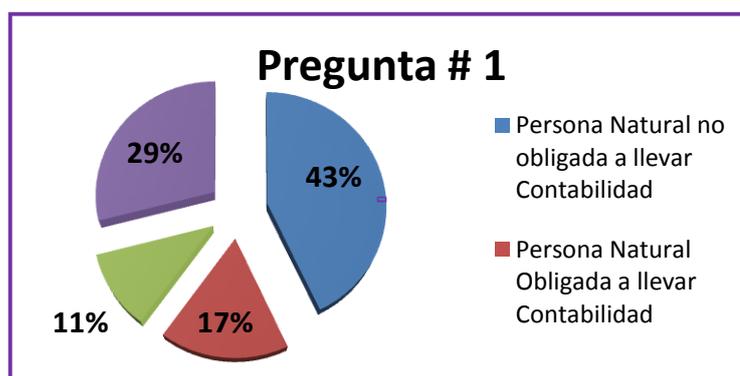
**1 ¿Usted tiene su actividad registrada en el servicio de rentas internas cómo?**

**Tabla 23 PREGUNTA NUMERO 1**

	<b>PORCENTAJE %</b>
Persona Natural no obligada a llevar Contabilidad	43
Persona Natural Obligada a llevar Contabilidad	17
Persona Jurídica (sociedad)	11
Contribuyente RISE	29

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**GRAFICO 13 PREGUNTA NUMERO 1**



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** Los datos obtenidos reflejan que un 43% de los contribuyentes se encuentra en el régimen normal RUC quienes deben realizar sus declaraciones mensuales pero no están obligados a llevar contabilidad, él 17% está obligado a llevar contabilidad y debe cumplir con las normas que le establezca el SRI, son estos 2 grupos los potenciales clientes para los cuales está enfocado el servicio de asesoría contable y tributaria.

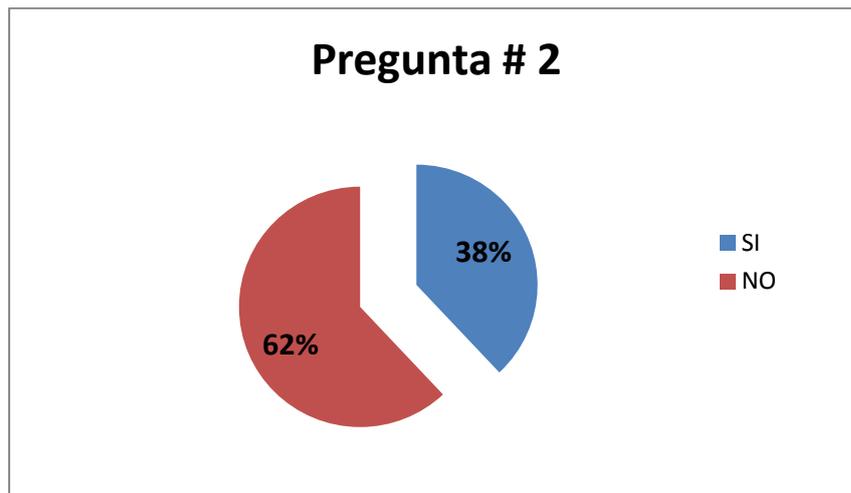
2- ¿Conoce sus obligaciones tributarias como Contribuyente?

Tabla 24 PREGUNTA NUMERO 2

	PORCENTAJES %
SI	38
NO	62

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 14 PREGUNTA NUMERO 2



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** La implementación de nuevas leyes según los encuestados en su mayor porcentaje el 62% no conoce sus obligaciones como contribuyente asumen lo básico del tema. El 38% tiene claro sus obligaciones pero comenta que le faltan más temas por ampliar y que sobre todos los nuevos cambios ayudan para ponerse al día con la realidad del país.

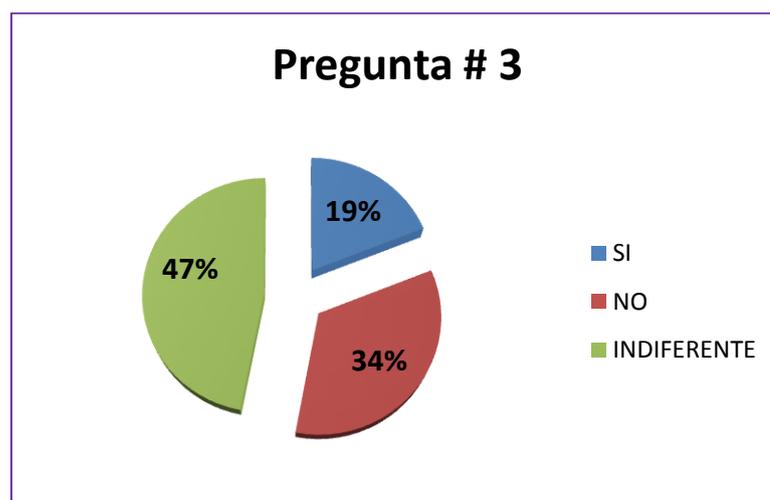
3- ¿Conoce Ud. Sobre la nueva Ley de Régimen Tributario Interno?

Tabla 25 PREGUNTA NUMERO 3

	PORCENTAJES %
SI	19
NO	34
INDIFERENTE	47

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 15 PREGUNTA NUMERO 3



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** Los contribuyentes aducen que en su mayoría no tienen interés en conocer sobre este tema, al 47% le es indiferente mientras que el 34% no conoce además su contador o asesor no los motiva a conocer sobre este tema, es en este porcentaje al cual va dirigido y se dará a conocer el servicio de Asesoría Contable tributaria.

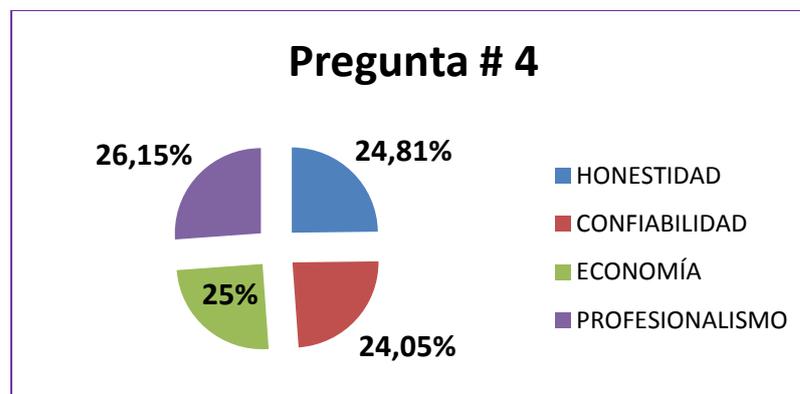
4- ¿Qué consideraría importante al momento de solicitar asesoría contable y tributaria?

Tabla 26 PREGUNTA NUMERO 4

	PORCENTAJE %
HONESTIDAD	24,81
CONFIABILIDAD	24,05
ECONOMÍA	25,00
PROFESIONALISMO	26,15

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 16 PREGUNTA NUMERO 4



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** La diferencia no es significativa ya que los 4 aspectos son importantes puesto que van de la mano al momento de servir en este tema, en los profesionales la ética profesional marcará la diferencia, los encuestados manifiestan que la corrupción debe ser dejada a un lado, lo que esperan es tener pautas que los oriente en lo que deben realizar al momento de analizar sus declaraciones.

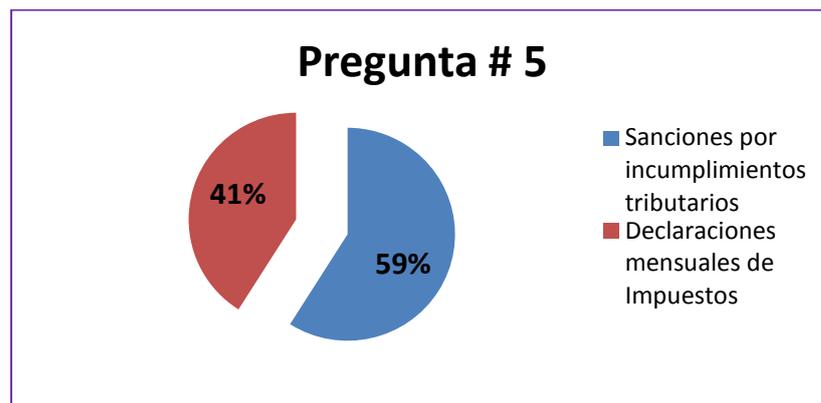
5- ¿Considera importante tener un asesor para que le permita solucionar?

Tabla 27 PREGUNTA NUMERO 5

	PORCENTAJE %
SANCIONES POR INCUMPLIMIENTOS TRIBUTARIOS	59
DECLARACIONES MENSUALES DE IMPUESTOS	41

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 17 PREGUNTA NUMERO 5



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** El desconocimiento mantiene en desconcierto al 59% de los propietarios encuestados ya que en la actualidad se observa muchos locales clausurados por sanciones tributarias que pueden ser evitadas con la búsqueda de información o asesoría a tiempo, mientras que el 41%, destaca que si se realiza las declaraciones de los impuestos de una manera correcta impide contratiempos en el futuro.

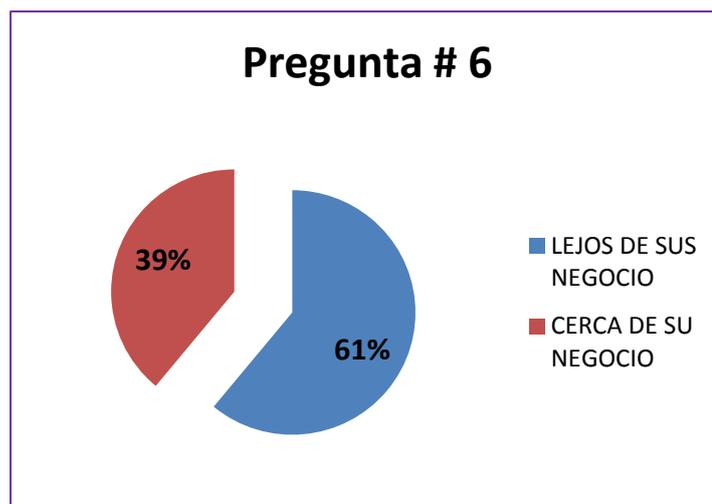
6- ¿La Consultora Tributaria contratada por Ud. Se encuentra?

Tabla 28 PREGUNTA NUMERO 6

	PORCENTAJE %
LEJOS DE SU NEGOCIO	61
CERCA DE SU NEGOCIO	39

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 18 PREGUNTA NUMERO 6



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** La mayoría de las propietarios se muestra inconforme por no tener cerca una Oficina que le permita buscar soluciones por ello el 61 % tiene lejos de su establecimiento y el 39 % tiene cerca de su negocio

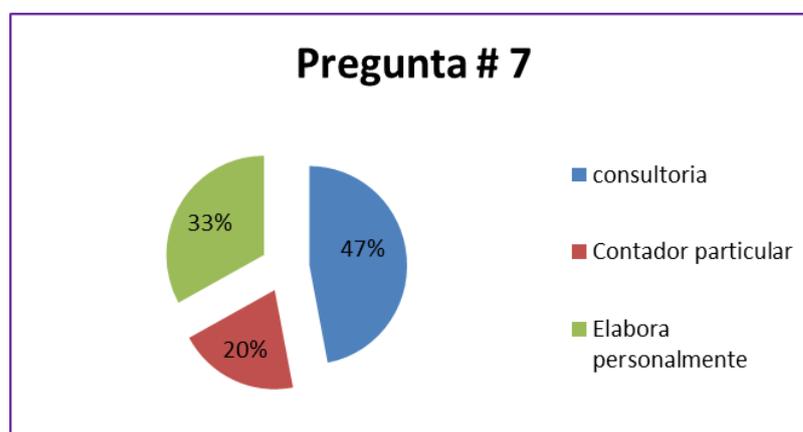
7- ¿Para realizar sus declaraciones tributarias Ud. las realiza por?

Tabla 29 PREGUNTA NUMERO 7

	PORCENTAJE %
CONSULTORÍA	47
CONTADOR PARTICULAR	20
ELABORAN PERSONALMENTE	33

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 19 PREGUNTA NUMERO 7



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** Los dueños de negocios para realizar sus obligaciones tributarias acuden a una consultoría con el mayor porcentaje en un 47 %, con la observación que solo acuden cuando llega el plazo para realizar las declaraciones mensuales, este es considerado el mercado al cual está enfocado el servicio de asesoría contable tributaria. En los pequeños y medianos empresarios se toma en cuenta algunos aspectos como las notificaciones ahí acuden a algún profesional, poniendo como excusa que cobran un valor excesivo por lo más mínimo y que es mejor buscarlos en caso de emergencia.

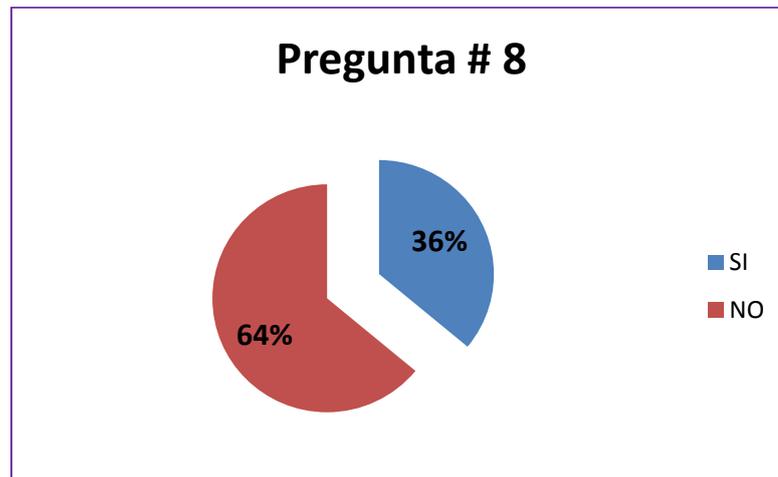
8- ¿Conoce usted el proceso contable de su establecimiento?

Tabla 30 PREGUNTA NUMERO 8

	PORCENTAJE %
Si	36
No	64

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 20 PREGUNTA NUMERO 8



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** Con los resultados obtenidos se puede notar claramente que actualmente los negocios medianos aún siguen trabajando de forma empírica y manual sus registros Contables esto representa el 64% mientras que el 36% mantiene un control o su contador realiza la contabilidad de su establecimiento, esto se da porque los propietarios son responsables del control y sus obligaciones.

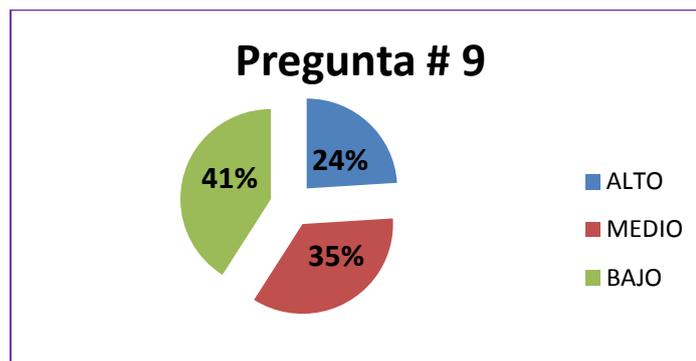
9- ¿El servicio de asesoría contable tributario que recibe actualmente cumple sus expectativas en un nivel?

Tabla 31 PREGUNTA NUMERO 9

	PORCENTAJE %
ALTO	24
MEDIO	35
BAJO	41

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 21 PREGUNTA NUMERO 9



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** Analizando los resultados el servicio que brinda la competencia no es lo que los clientes esperan eso refleja el 41%, siendo este el mercado al cual se dirige el servicio de asesoría contable tributaria. El 35% está conforme con el servicio que recibe y el 24 % está totalmente satisfecho con el servicio que le brinda la competencia. Las Consultoras Tributarias podemos notar que actualmente por el aumento del sector productivo de la sociedad debemos brindar el mejor servicio tomando en cuenta que los propietarios de los negocios recomiendan entre sí los mejores servicios que recibe.

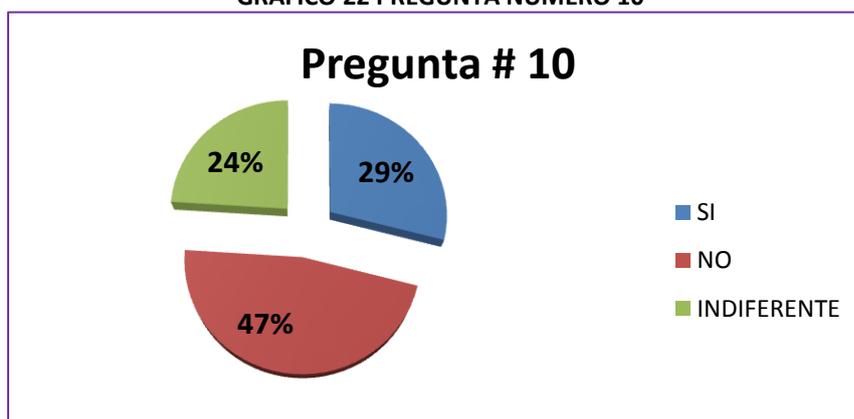
10- ¿Domina usted los medios magnéticos implantados por el SRI para la declaración de impuestos?

Tabla 32 PREGUNTA NUMERO 10

	PORCENTAJE %
SI	29
NO	47
INDIFERENTE	24

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 22 PREGUNTA NUMERO 10



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** El nuevo sistema DIMM FORMULARIOS ha creado confusión entre los propietarios de los negocios, común mente por la falta de aplicaciones informáticas, por ello no se han motivado a la aplicación de este sistema quienes representan el 47%, mientras que el 29 % conoce sobre este sistema y comentan que es de gran ayuda especialmente de tiempo y les permite cometer menos errores que les puedan perjudicar , y el 24% se muestra indiferente especialmente las personas registradas en el RISE ya que ellos por simplicidad no manejan este sistema.

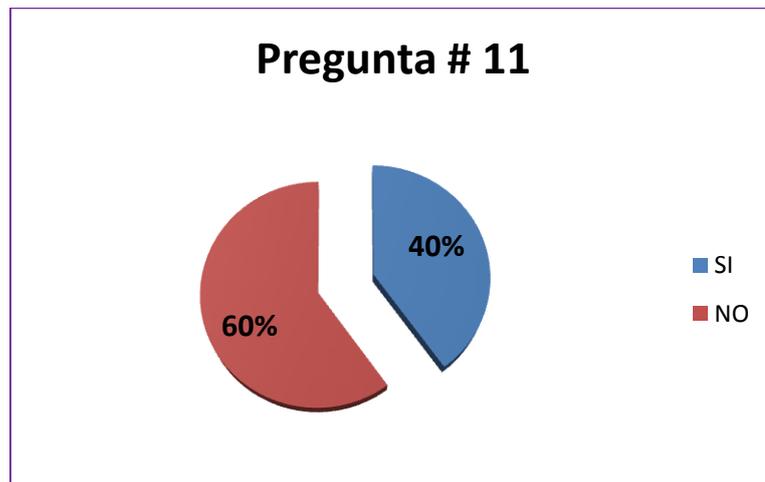
11- ¿Sabe usted a quien recurrir para solicitar información tributaria?

Tabla 33 PREGUNTA NUMERO 11

	PORCENTAJE %
Si	40
No	60

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 23 PREGUNTA NUMERO 11



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** El Servicio de Rentas Interna está catalogado con fuente directa de información pero por la distancia para llegar, tiempo, líneas congestionadas, o falta de manejo del sistema de cómputo no tienen una solución satisfactoria eso representa el 60%, mientras el 40% si tiene a quien acudir como familiares, amigos que tiene conocimientos sobre estos temas, además quienes tienen un contador particular ya tiene la solución cerca.

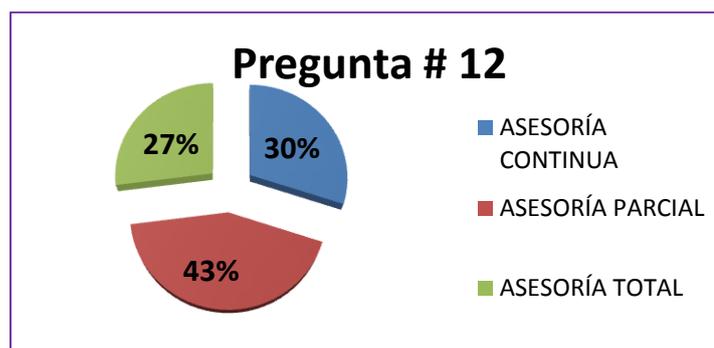
12- ¿De las siguientes opciones que servicio cual se adapta a sus necesidades que le garantice un adecuado manejo de la información?

Tabla 34 PREGUNTA NUMERO 12

	PORCENTAJE %
ASESORÍA CONTINUA	30
ASESORÍA PARCIAL	43
ASESORÍA TOTAL	27

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi castro

GRAFICO 24 PREGUNTA NUMERO 12



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** El 43% del resultado obtenido muestra que prefiere una asesoría parcial que les permita conocer sus obligaciones y a la vez no le represente un gasto por contratación a tiempo completo de un profesional, el 30% prefiere una asesoría continua esta elección puede ser por el movimiento de sus actividades quienes deben tener un control más amplio, y el 27% prefiere tener una persona de confianza en su rol de pagos y asegurar una aplicación correcta de todas sus obligaciones generalmente aquí se encuentran las personas obligadas a llevar contabilidad y las Sociedades.

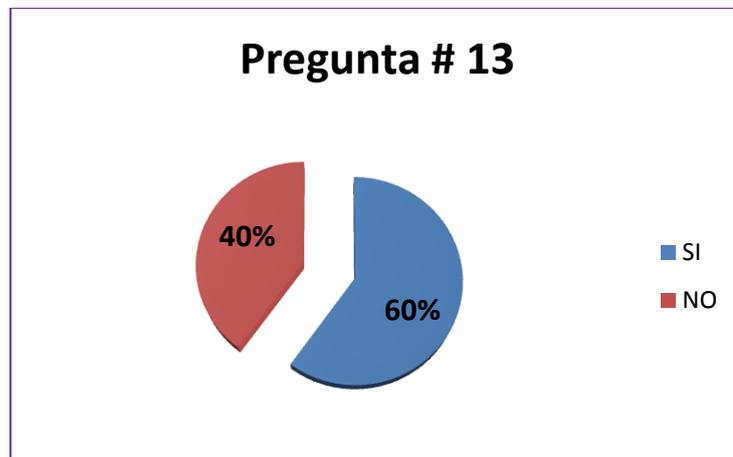
13- ¿Estaría de acuerdo en invertir en un servicio de Asesoría que no le afecte su economía y que le permita estar tranquilo con sus obligaciones?

Tabla 35 PREGUNTA NUMERO 13

	PORCENTAJE %
SI	60%
NO	40%

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 25 PREGUNTA NUMERO 13



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** De acuerdo a los resultados obtenidos, los propietarios y/o responsables de los mismos si están de acuerdo en realizar una contratación de asesoría contable y tributaria que le permita estar al día y legalmente tranquilos esto representa un 60% mientras que el 40% asume que es un gasto innecesario que le disminuye su rentabilidad.

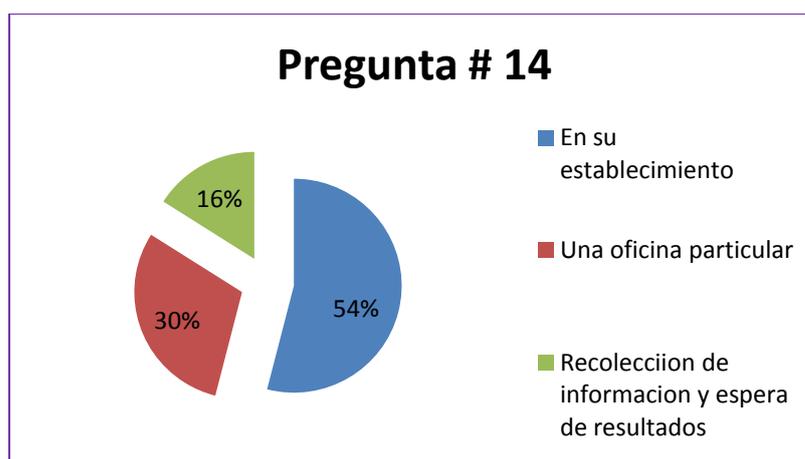
14- ¿De qué manera le gustaría su Asesoría Contable Tributaria?

Tabla 36 PREGUNTA NUMERO 14

	PORCENTAJE %
EN SU ESTABLECIMIENTO	54
EN UNA OFICINA PARTICULAR	30
RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y ESPERA DE RESULTADOS	16

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 26 PREGUNTA NUMERO 14



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

**ANÁLISIS:** Los servicios que los posibles clientes consideran como necesarios ya que no cuentan con el tiempo disponible es la asesoría en su establecimiento con el 54% de esta manera verifican el proceso y el tiempo que es necesario para esa actividad, mientras el 30% prefiere visitar una oficina particular por factores de comodidad de los profesionales y por último el 16% considera preferible esperar los resultados esperados.

### 3.2 Oferta

De la observación y análisis realizada en la Ciudad de Quito, existen algunas Empresas de Consultoría para el asesoramiento en diversos ámbitos de índole contable, laboral, financiera, tributario, económico, administrativo y de auditoría, entre otros, algunas de ellas debidamente organizadas y legalmente constituidas; otras reúnen determinados requisitos legales para su funcionamiento; y una mayoría de personas de niveles educativos medio y superior de las especialidades contables, administrativas y de auditoría ofrecen varios de los servicios a pequeños y micro empresarios de la localidad fuera de las instalaciones del Servicio de Rentas Internas, amparados o no en su carnet profesional, o solo con la experiencia que el manejo diario de sus actividades les entrega, que por su elevado número fue imposible identificarlos, ni saber cuáles son los principales ámbitos de su actividad.

#### 3.2.2 Oferta actual.

Podemos definir la oferta como las cantidades que los vendedores están dispuestos a ofrecer a los distintos precios.

##### *3.2.2.1 Factores para determinar la oferta.*

- ❖ Los precios del servicio prestado por la competencia
- ❖ La tecnología implementada y el conocimiento de su recurso humano.

**Tabla 37 OFERTA ACTUAL**

EMPRESA	Q	\$
ADYCONT - SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y CONTABLES	1200	72.000,00
CONTABILIDAD LPS	1000	60.000,00
DISTEXPAC	1000	75.000,00
CORPOUTTER S.A.	1200	72.900,00
<b>TOTAL</b>	<b>4400</b>	<b>279.900,00</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 3.2.2.2 Oferta proyectada

Partir de la Oferta Actual se tomara el valor para ser proyecta durante los 5 años siguientes con una tasa de crecimiento de 0.05% de los servicios profesionales dato obtenido en el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB)

**Tabla 38 OFERTA PROYECTADA EN DÓLARES**

OFERTA	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>279.900,00</b>	<b>293.895,00</b>	<b>308.589,75</b>	<b>324.019,24</b>	<b>340.220,20</b>	<b>357.231,21</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

**Tabla 39 OFERTA PROYECTADA EN UNIDADES**

OFERTA	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>4400</b>	<b>4620</b>	<b>4851</b>	<b>5094</b>	<b>5348</b>	<b>5616</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 3.3 Productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que satisfacen la misma necesidad, o una similar y por lo tanto el consumidor puede optar por el consumo. Para el servicio de Asesoría Contable y Tributaria no hay productos o servicios sustitutos su enfoque radica en la competitividad con empresas similares.

### 3.4 Demanda

Cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien o servicio por unidad de tiempo, tales como las preferencias, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión.

(<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml>)

#### 3.4.1 Demanda actual

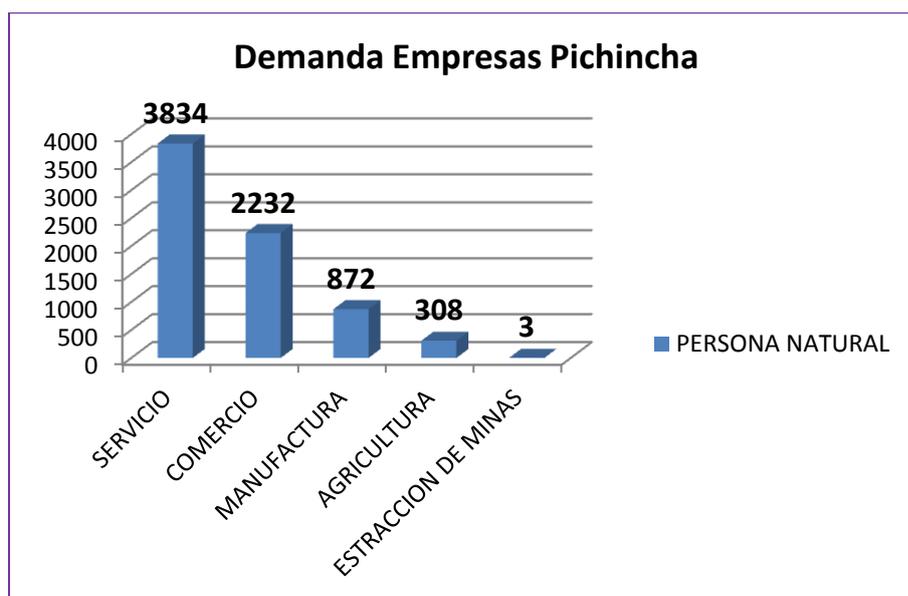
**Tabla 40 DEMANDA ACTUAL PROVINCIA DE PICHINCHA**

<b>EMPRESAS 7249</b>	<b>PERSONAS NATURALES 14.42%</b>
52.89%	SERVICIO 3.834 empresas
30.79%	COMERCIO 2.232 empresas
12.03%	MANUFACTURA 872 empresas
4.25%	AGRICULTURA 308 empresas
0.04%	EXTRAC. DE MINAS 3 empresas

ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

Del número de empresas antes señalado, el 14.42% que representa a 7249 empresas de las cuales desglosaremos la demanda para este proyecto.

GRAFICO 27 DEMANDA



ELABORADO POR: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 3.4.3 DEMANDA PROYECTADA

Proyectar la demanda es estimar lo que sucederá a futuro con la población y objetivo del proyecto. Considerando un crecimiento del Sector Servicios Profesionales en un 1.5% anual se proyecta para 5 años del proyecto.

Tabla 41 DEMANDA PROYECTADA

DEMANDA	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
7.249,00	7.611,45	7.992,02	8.391,62	8.811,20	9.251,77

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 3.5 Balance Oferta – Demanda

Mantener un equilibrio entre la oferta y la demanda depende del producto o servicio que se preste, si la demanda es mayor a la oferta tendremos como resultado una demanda insatisfecha, la cual no ha logrado acceder al producto y/o servicio o si accedió no está satisfecho con él.

**Tabla 42 BALANCE OFERTA Y DEMANADA**

	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATIS.
<b>ACTUAL</b>	7.249	4400	2.849
AÑO 2014	7.611	4620	2.991
AÑO 2015	7.992	4851	3.141
AÑO 2016	8.392	5094	3.298
AÑO 2017	8.811	5348	3.463
AÑO 2018	9.252	5616	3.636

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

#### 3.5.1 Balance actual

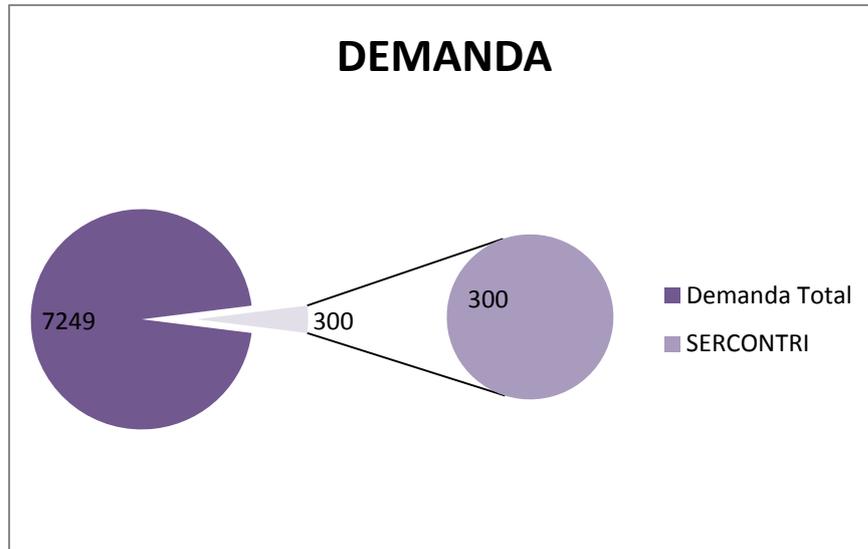
En este proyecto se utilizó la información proporcionada por la encuesta, desglosada por las preguntas más relevantes sobre la necesidad del mercado al que se pretende ingresar y los resultados son:

**Tabla 43 BALANCE ACTUAL**

DATOS	%	CANTIDAD	DESCRIPCION
<b>DEMANDA</b>	<b>100%</b>	<b>7249</b>	<b>Demanda Total</b>
Pregunta # 1	60%	4349	Personas Naturales con RUC
Pregunta # 9	41%	1783	Satisfaccion con la competencia
Pregunta # 12	73%	1302	Preferencias Asesoría Continua y Parcial
Pregunta # 13	60%	781	Inversion de los Clientes al Servicio
Pregunta # 7	47%	367	Acude a Consultorias

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 28 DEMANDA ACTUAL SERCONTRI



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 3.5.2 Balance proyectado

Considerando los resultados de la encuesta y la capacidad optima de la prestación del servicio de Asesoría Contable y Tributaria la demanda crecerá en un 1.5% tomando como referencia el crecimiento del sector profesional del PIB.

Tabla 44 BALANCE PROYECTADO SERCONTRI

DEMANDA	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
367	385	405	425	446	469

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

## **CAPITULO 4**

### **ESTUDIO TECNICO**

En el estudio técnico se analizarán elementos relacionados con el servicio y el proceso que se desea crear, con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo viable. Se analizara el tamaño óptimo de la planta y el número de consumidores que se tendrá para minimizar errores futuros.

#### **4.1 tamaño del proyecto**

Tamaño de una planta o empresa a la capacidad instalada de producción de la misma. Unida a parámetros como el mercado, disponibilidad de insumos, asesores capacitados, el financiamiento, tecnología. Para determinar el tamaño de nuestro proyecto existen ciertos parámetros, entre los que tenemos:

- ❖ Servicio Prestados (ventas)
- ❖ Capital
- ❖ Número de trabajadores
- ❖ Infraestructura

##### 4.1.1 Objetivos del tamaño

- ❖ Determinar el tamaño ideal del proyecto

- ❖ Especificar la capacidad máxima técnica
- ❖ Realizar el estudio de la capacidad económica.

#### 4.1.2 Tamaño del mercado

“La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño del mercado. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior a dicho mercado”

(BACA URBINA, Gabriel, “EVALUACIÓN DE PROYECTOS” (Tercera Edición), Editorial McGraw-Hill)

#### 4.1.3 Capacidad instalada

Está relacionada estrechamente con las inversiones realizadas, esto depende de los bienes de capital que la empresa posee y determina para entregar el servicio en el momento solicitado.

**Tabla 45 CAPACIDAD INSTALADA PERSONAL**

#	CARGO
1	ADMINISTRADOR
2	SECRETARIA
3	ASESOR 1
4	ASESOR 2
6	MENSAJERO
	<b>TOTAL</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

El Servicio de Asesoría Contable y Tributaria está directamente relacionado Recurso Humano – Cliente, marcando aquí la Garantía y Calidad que permitirá el reconocimiento de SERCONTRI.

Tabla 46 CAPACIDAD INSTALADA EN EQUIPOS

<b>DETALLE</b>	<b>Cantidad</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>	
Computador de escritorio	2
Computador portatil	2
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	
Escritorio	4
Sillon ejecutivo	4
Archivador	5
Sillas	8
Sillón Bipersonal	2
Mueble polifuncional	1
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	
Telefonos de escritorio	4
Televisor con soporte	1
DVD	1
Mini refrigerador	1
Cafetera	1
Extintor	1
Dispensador de Agua	1
Aire Acondicionado	1
<b>VEHICULO</b>	
Chevrolet Aveo Family	1
Moto	1

Los Activos van de la mano para entregar un servicio adecuado esperando la satisfacción de espera de los clientes y la adecuación que presente elegancia de las instalaciones.

#### 4.1.4 Capacidad óptima

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.

((2011, 03). Capacidad Optima De Produccion. BuenasTareas.com. Recuperado 03, 2011, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-Optima-De-Produccion/1825091.html>)

**Tabla 47 CAPACIDAD OPTIMA SERCONTRI**

NUMERO	HORAS	DESCRIPCION	CLIENTES	CLIENTES	CLIENTES
ASESORES	DIARIAS	SERVICIO	DIARIOS	MENSUALES	AÑO
Asesor 1	8	Asesoría Continua	4	80	80
Adminstrador	4	Asesoría Continua	3	60	60
Asesor 2	8	Asesoría Parcial	8	160	160
			<b>15</b>	<b>300</b>	<b>300</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Mediante la capacidad del Recurso humano la capacidad de Servicio se determinara por hora de servicios las cuales están distribuidas 2 horas por Asesoría Continua y 1 hora por asesoría Parcial, esperando la fidelización de clientes los cuales serán fijos en el periodo establecido.

#### 4.2 Localización

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de la micro localización, que determina el lugar específico dentro de la zona donde se instalará el proyecto.

#### 4.2.1 Macro-localización

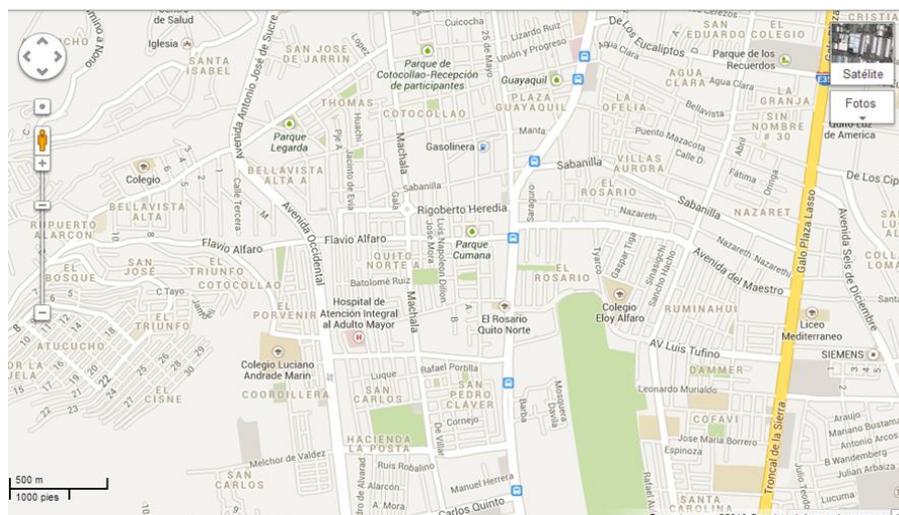
Lugar del Territorio Nacional donde sus características sean las adecuadas y el Servicio de Asesoría Contable y Tributaria tenga aceptación por parte de los Consumidores.

**Tabla 48 MACROLOCALIZACION**

País	Ecuador
Region	Sierra
Provincia	Pichincha
Sector	Norte
Dirección	Av. Flavio Alfaro y Av. Machala

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

**GRAFICO 29 MACROLOCALIZACION**



Por ser **Ecuador** el país de origen de este proyecto se mantiene su lugar además de contar con profesionales capacitados en todas las áreas de conocimiento.

**Región Sierra** donde se encuentra la Capital del Ecuador aquí se tiene acceso a todas las autoridades competentes por ser sede Gobierno Nacional.

**Provincia de Pichincha** Área productiva en la cual se encuentra un sin número de pequeños negocios que satisfacen las necesidades de los consumidores.

#### 4.2.2 Micro – localización

Tabla 49 MICROLOCALIZACION

FACTORES	Cerca del cliente	Cerca de Proveedores	Permiso Municipal	Servicios básicos	Accesibilidad de vías
Av. Flavio Alfaro y Machala	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

GRAFICO 30 MICROLOCALIZACION



La zona es accesible a las vías de comunicación, que permite la observación de las instalaciones a todos los usuarios, dispone de servicios básicos como: energía eléctrica, agua, alcantarillado, teléfono, calzada, recolección de basura; además de ser una zona donde se encuentra con facilidad proveedores y considerando que los permisos municipales por el movimiento de las actividades no son restringidos.

#### 4.2.3 Localización óptima

Sector norte de la Capital donde las actividades humanas sobre los factores de producción son de gran importancia para la mejora de la calidad de vida de la población.

ILUSTRACION 6 PRODUCCION DE QUITO



#### 4.3 Ingeniería del producto

La prestación de los Servicios de Contabilidad y Tributación es un proceso que no requiere de excesivo equipos tecnológicos, pues su manejo es sencillo y puede realizarse con talento humano preparado y capacitado.

#### 4.3.1 Definición del servicio

##### **4.3.1.1 Contabilidad**

- Reconocimiento de la empresa, Comercial, Servicio, Industrial.
- Reconocimiento de cuentas, Activo, Pasivo, Capital, Ingresos, Egresos.
- Proceso Contable, Estado de Situación Inicial, Libro Diario, Mayorización, Ajustes, Balance de Comprobación, Estado de Resultados.
- Conciliaciones y revisiones

##### **4.3.1.2 Tributación**

- Gestión integral para la ejecución, control y seguimiento en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, y en la regularización general del contribuyente en todo tema tributario ante la Administración Tributaria (SRI)
- Consulta de índole tributario a través de medios telefónicos y en línea que le permitirán tomar decisiones inmediatas de forma acertada.

##### **4.3.1.3 Productos tributarios.**

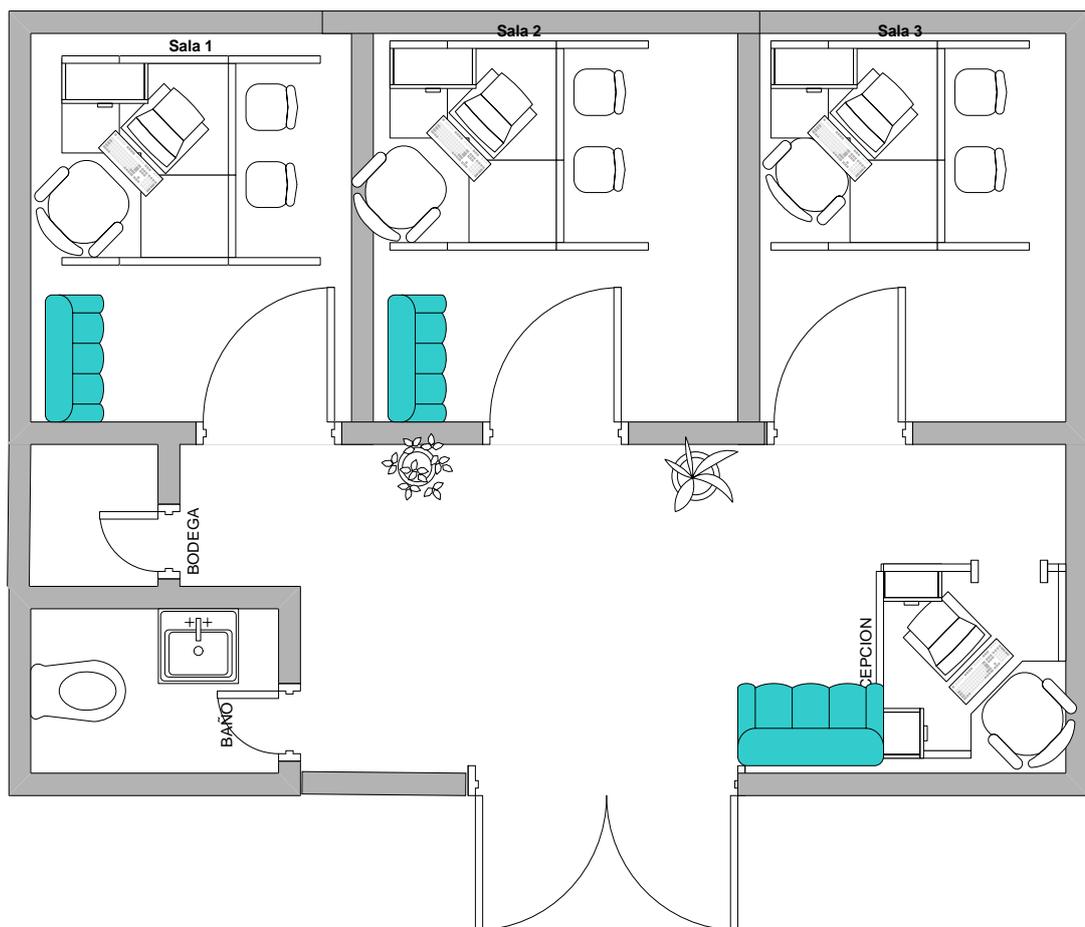
- Formulario 103 Declaración Retención en la fuente de Impuesto a la Renta.
- Formulario 104 Declaración del Impuesto al Valor Agregado.
- Formulario 104 A Declaración IVA de Personas Naturales No Obligadas llevar contabilidad
- Formulario 102 Declaración del Impuesto a la Renta de personas naturales.
- Formulario 102 A Declaración. Impuesto Renta de Personas Naturales y sucesiones indivisas no obligadas a llevar contabilidad.

- Formulario 107 Comprobante. Retención de impuesto renta por ingresos del trabajo en relación de dependencia.

### 4.3.2 Distribución de planta

Depende del tipo de empresas y sus necesidades, buscando obtener el mayor beneficio en sus actividades diarias. Para SERCONTRI se establece una distribución de oficina considerando la importancia de la Administración con relación a las otras áreas de las instalaciones.

ILUSTRACION 7 DISTRIBUCION DE LA PLANTA



Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

**Sala 1** Lugar de la Administración en la cual se toma las decisiones sobre la manera de funcionamiento de las personas que conforman la Empresa, y se almacena cada una de las operaciones realizadas de una manera responsable, se encuentra cerca de la sala 2 y 3 por ser el núcleo principal de SERCONTRI

**Sala 2** Lugar del Asesor 1 servicio de asesoría Continua en la cual se recibe a los clientes a despejar sus dudas y realizar el trabajo correspondiente, relacionada directamente con sala 1.

**Sala 3** Lugar del Asesor 2 servicio de asesoría Parcial en la cual se recibe a los clientes a despejar sus dudas y realizar el trabajo correspondiente, relacionada directamente con sala 1.

**Recepción** Lugar de la Secretaria atención a clientes, información general y sala de espera, categorizada como especialmente importante ya que en este lugar el cliente tiene el primer contacto con las instalaciones, relacionada directamente con sala 1.

**Bodega** Almacenamiento de recursos como suministro de limpieza, oficina entre otros su manejo dirigido por la secretaria o mensajero según las necesidades, su relación es importante y no es considerado como lugar específico de actividades.

**Baño** Lugar adaptado tanto para personal administrativo y clientes.

Por no contara con un local propio, las instalaciones dependerán del nivel de espacio que tenga el local de arriendo siempre y cuando cumpla con los parámetros solicitados de espacio para la adecuación de las oficinas.

---

### DETALLE

**Absolutamente importante**

**Especialmente importante**

**Importante**

**Cercanía Ordinaria**

**No importante**

**Indeseable**

---

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### Cuadro de relaciones

#### SALA 1 ADMINISTRACION

- Sala 2 Asesoría 1
- **ABSOLUTAMENTE IMPORTANTE**

#### SALA 1 ADMINISTRACION

- Sala 3 asesoria 2
- **ABSOLUTAMENTE IMPORTANTE**

#### SALA 1 ADMINISTRACION

- Recepción
- **ESPECIALMENTE IMPORTANTE**

#### SALA 1 ADMINISTRACION

- Bodega
- **IMPORTANTE**

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 4.3.3 proceso productivo

#### ***4.3.3.1 Base legal declaración impuesto al valor agregado IVA***

La Constitución indica que las personas naturales o sociedades que tengan apertura de un RUC y que tengan una actividad económica con ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito u oneroso tienen que pagar el impuesto del IVA al estado por sus transferencias de bienes o servicios en sus compras y ventas.

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)

Para realizar la declaración de impuestos hay que verificar que el cliente sea obligado o no a llevar contabilidad y la declaración será en distinto formulario como se detalla:

**Formulario 104 A**, para declaración del impuesto al Valor Agregado de personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y que no realicen actividad de comercio exterior.

**Formulario 104**, para declaración de IVA de personas naturales obligadas a llevar contabilidad y sociedades agentes de retención.

#### ***4.3.3.1.1 Requerimiento de información declaración de IVA***

1. Se clasifica la información,
2. Esta información debe contener lo siguiente:
  - ❖ Facturas de compras
  - ❖ Facturas y notas de ventas

- 
- ❖ Facturas de gastos
  - ❖ Comprobantes de Retención en la fuente si es obligado o no a llevar contabilidad.

3. Se clasifica los documentos

4. Se crea o se busca en archivo del mes anterior en la Carpeta de expedientes y se adjunta la documentación.

#### ***4.3.3.1.2 Procesos declaración de IVA.***

**PROCESO PARA UN CONTRIBUYENTE NO OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD.**

a. Las facturas de compras, las de ventas, gastos se tienen que realizar un detalle en hoja de Excel para verificar la base imponible y el impuesto a declarar.

b. Se procede a realizar un borrador de la declaración en el formulario 104-A donde se registran la información.

- ❖ Resumen de ventas
- ❖ Resumen de Adquisiciones
- ❖ Resumen impositivo
- ❖ Total de impuesto a pagar

c. Se verifica el valor a pagar para proceder al pago

**PROCESO PARA UN CONTRIBUYENTE AGENTE DE RETENCIÓN Y OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD.**

---

a. Las facturas de compras, las de ventas, gastos y de retención en la fuente se tienen que realizar un detalle en hoja de Excel para verificar la base imponible y el impuesto a declarar.

b. Se procede a realizar un borrador de la declaración en el formulario 104 donde se registran la información:

- ❖ Resumen de ventas
- ❖ Resumen de Adquisiciones
- ❖ Resumen impositivo
- ❖ Retención del IVA aplicado
- ❖ Total consolidado de IVA

c. Se verifica el valor a pagar

Una vez confirmado la declaración se procede a registrar la información al formulario definitivo a través del Programa DIMM declaraciones diseñadas para esta actividad y registradas en la computadora de la empresa.

Se utiliza el software del formulario 104 o 104-A, y se imprime.

Se legaliza el formulario con la firma del contribuyente y responsable.

## ARCHIVO

1. Recibido el formulario del banco se procede a:

a. Ingresar los costos en el Comprobante de Egresos, documento que receipta la siguiente información:

- ❖ Nombres y RUC del cliente
- ❖ Costo de formularios
- ❖ Costo de comisión de Banco
- ❖ Impuesto pagado

b. Archivar la declaración borrador en la Carpeta de expediente de Declaraciones

c. Archivar la declaración original sellada con la recepción del Banco junto a la Carpeta de expediente al departamento administrativo para su respectivo archivo.

#### ***4.3.3.2 Base legal Declaración del impuesto a la renta.***

Establecerse el Impuesto a la renta en calidad de contribuyentes a las personas naturales, las sucesiones indivisas, las sociedades y organismos del sector público que obtengan ingresos de fuente ecuatoriana, Ref. Art. 34 del RALORTI, las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital inferior a USD 60.000 (SESENTA MIL DOLARES) al inicio del ejercicio que se declara, cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio inmediato anterior hayan sido inferiores a USD 80.000 (OCHENTA MIL DÓLARES), y/o Obtengan ingresos brutos inferiores a USD 100.0000 (CIEN MIL DOLARES) en el ejercicio inmediato anterior al que se declara, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás

Trabajadores autónomos deberán llevar un registro de ingresos, costos y gastos soportados con comprobantes de venta, para determinar su renta imponible.

Utilícese para esta declaración los siguientes formularios

**Formulario 102**, para declaración del Impuesto a la Renta personas naturales y sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad.

**Formulario 102 A**, para declaración del Impuesto a la Renta personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.

#### ***4.3.3.2.1 Requerimiento de información***

1. Solicitar la información contable: estado de resultado y balance
2. Organizar la información
3. Se recibe la información que debe contener lo siguiente:
  - ❖ Declaraciones del impuesto a la Renta del año anterior.
  - ❖ Pago del anticipo del Impuesto a la Renta.
  - ❖ Declaraciones realizadas del IVA pagado durante el año.
  - ❖ Declaraciones de Retención en la Fuente pagados durante el año.
  - ❖ Detalle de Impuestos retenidos en la fuente del año
  - ❖ Facturas de gastos de servicios básicos del año.
  - ❖ Factura de pagos de impuestos operacionales del negocio o profesión y todo gasto efectuado en el año con documentos autorizados por el SRI.
  - ❖ Actualización de datos de sus bienes como son sus activos, deudas y el patrimonio para conformar el Balance General.
  - ❖ El año fiscal se entiende el periodo de Enero a Diciembre.
4. Se clasifica los documentos.

5. Se busca en archivo la Carpeta de expediente y se adjunta la documentación.

***4.3.3.2 Proceso para una persona natural y no obligada a llevar contabilidad.***

Las declaraciones del año del formulario 104 y las facturas de gastos se tienen que realizar un detalle en hoja de Excel para consolidar la información y el impuesto a declarar.

Se procede a realizar un borrador de la declaración en el formulario 102 A donde se registran la información:

- ❖ Identificación de la declaración
- ❖ Identificación del Contribuyente
- ❖ Se calcula el anticipo del próximo año
- ❖ Se calcula el Impuesto a la Renta a Pagar
- ❖ Se determina el valor a pagar
- ❖ Se verifica el valor a pagar para su pago.

Una vez confirmado la declaración se procede a registrar la información al formulario definitivo a través del Programa DIMM declaración diseñada para esta actividad y registrada en las computadoras de la empresa.

Se utiliza el software del formulario 101, 102 o 102<sup>a</sup> dependiendo del tipo de contribuyente, y se imprime.

Se legaliza el formulario con la firma del cliente y del responsable.

## ARCHIVO

Recibido el formulario del Banco se procede a:

Ingresar los costos en el Comprobante de Egresos, documento que receipta la siguiente información:

- ❖ Nombres y RUC del cliente
- ❖ Costo de formularios
- ❖ Costo de comisión de Banco
- ❖ Impuesto pagado
- ❖ Archivar la declaración borrador en la Carpeta de expediente.

### ***4.3.3.3 Base legal anticipo del impuesto a la renta***

La ley de Racionalización tributaria establece que a partir del año 2000 las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y las sociedades deben determinar el anticipo del impuesto a la renta, El 15 de Mayo del 2008, Registro Oficial No.337 la RLORTI en su Art. 72 determina una nueva forma de cálculo bajo dos reglas, aplicando la opción que sea mayor.

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)

El 50% del impuesto a la renta causado en el ejercicio anterior, menos las retenciones que le hayan sido practicadas al mismo, o, Desde el 2008, mediante la Ley de Equidad tributaria (del 27 de Diciembre de 2007) surge la otra opción: Un valor equivalente a la suma matemática de los siguientes rubros:

- ❖ 0,2 % del patrimonio total,
- ❖ 0,2 % del total de costos y gastos,
- ❖ 0,4 % del activo total, y
- ❖ 0,4 % de total de ingresos gravables.

A esta suma se le resta las retenciones que le hayan sido practicadas al mismo, y declararlo en el formulario que se detalla:

Formulario 106, Formulario múltiple de pagos.

#### ***4.3.3.3.1 Requerimiento de información***

Se solicita la información al departamento contable

Se recibe el documento único que es:

- ❖ El formulario 101, 102, o 102 A de la declaración del Impuesto a la renta, dependiendo la clase del contribuyente.

3. Se verifica el impuesto causado

4. Se busca en archivo la Carpeta de expediente y se adjunta la documentación para su proceso.

#### ***4.3.3.3.2 Proceso para un contribuyente no obligado a llevar contabilidad.***

Se verifica el Impuesto a la Renta Causado del formulario seleccionado:

Formulario 102-A

Se calcula el 50% del Impuesto a la Renta Causado

A este valor se debe restar el monto de las Retenciones en la fuente que les hayan sido practicadas en dicho ejercicio.

El saldo de esta operación es el anticipo y debe ser pagado en el año siguiente al que corresponda la declaración, en dos cuotas iguales:

- ❖ La primera en Julio
- ❖ La segunda en Septiembre

Se procede a realizar un borrador de la declaración en el formulario 106 donde se registran la información:

- ❖ Periodo tributario
- ❖ Identificación del contribuyente
- ❖ Identificación de la obligación tributaria
- ❖ Renta anticipos
- ❖ Se registra el valor a pagar
- ❖ Se verifica el valor a pagar y se informa al departamento financiero.

#### ***4.3.3.3.2 Proceso para un contribuyente obligado a llevar contabilidad.***

- ❖ Se verifica el formulario 101 o 102 del Impuesto a la Renta del año anterior
- ❖ Del balance al valor de Activos totales se multiplica el 0,4%.
- ❖ Del patrimonio total se multiplica por 0,2%
- ❖ Del total de Ingresos se multiplica el 0,4%
- ❖ Del total de los costos y gastos se multiplica el 0,2%

La suma de todos esos valores se restan las Retenciones en la fuente que les hayan sido practicadas en dicho ejercicio y el valor de las retenciones por ingresos provenientes del exterior, e l saldo de esta operación es el anticipo y debe ser pagado en el año siguiente al que corresponda la declaración, en dos cuotas iguales:

- ❖ La primera en Julio
- ❖ la segunda en Septiembre

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)

Se procede a realizar un borrador de la declaración en el formulario 106 donde se registran la información:

- ❖ Periodo tributario
- ❖ Identificación del contribuyente
- ❖ Identificación de la obligación tributaria
- ❖ Renta anticipos
- ❖ Se registra el valor a pagar
- ❖ Se verifica el valor a pagar y se informa al departamento financiero.

Una vez confirmado el valor del anticipo

Se utiliza el software del formulario 106, y se imprime.

Se legaliza el formulario con la firma del cliente y del responsable

ARCHIVO

Recibido el formulario del banco se procede a:

- ❖ Ingresar los costos en el Comprobante de Egresos, documento que receipta la siguiente información:
- ❖ Nombres y RUC del cliente
- ❖ Costo de formularios
- ❖ Costo de comisión de Banco
- ❖ Impuesto pagado Archivar la declaración borrador en la Carpeta de expediente

Cada actividad debe ser archivada de manera cronológica y ordenada con la finalidad de tener información precisa y exacta, de esta manera garantizar un servicio de calidad y minimizar riesgos a futuro.

#### 4.3.4 Flujo grama de procesos

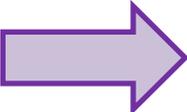
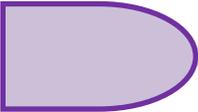
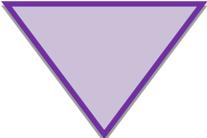
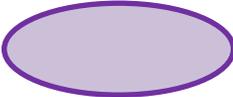
Representaciones gráficas que emplean elementos geométricos para representar secuencias de un proceso, de igual modo permiten describir la secuencia y su interacción de las distintas etapas de un procedimiento.

(<http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/04/flujoograma.html>)

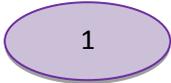
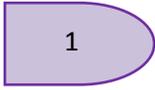
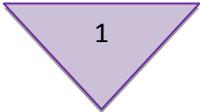
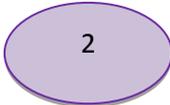
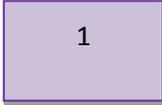
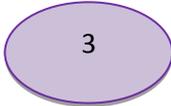
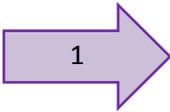
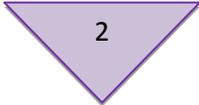
Las operaciones diarias deben mantener un orden específico con el propósito de asegurar la eficiencia, calidad y control interno que regirán el sistema administrativo.

GRAFICO 31 FLUJO DE PROCESO

SIMBOLOGÍA

	TRANSPORTE	1
	DEMORA	1
	ARCHIVO	2
	INSPECCION	1
	OPERACIÓN	3

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

	<p>PEDIDO DEL SERVICIO POR PARTE DEL CLIENTE SEA ASESORÍA CONTINUA O PARCIAL</p>
	<p>PRESENTACION DE INFORMACION NECESARIA POR PARTE DEL CLIENTE</p>
	<p>ARCHIVO CORRESPONDIENTE DE DOCUMENTACION Y CREACION DE CARPETA</p>
	<p>INTRODUCCION DE DATOS EN EL ORDENADOR Y REALIZAR LOS CALCULOS CORRESPONDIENTES</p>
	<p>INSPECCION POR PARTE ADMINISTRATIVA Y DATOS FINALES</p>
	<p>IMPRESIÓN DE DOCUMENTACION Y DISTRIBUCION A LAS CARPETAS CORRESPONDIENTES</p>
	<p>ENTREGA DE DOCUMENTACION AL CLIENTE Y PAGO CORRESPONDIENTE</p>
	<p>ARCHIVO DE DOCUMENTACION Y CATEGORIZACION DE CLIENTE</p>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

#### 4.3.4 EQUIPO

CUADRO 1 EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Cantidad
Computadores XP Escritorio	2
Portatil HP	2
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

#### 4.3.5 EQUIPOS

Descripción	Cantidad
Telefonos de escritorio	4
Televisor con soporte	1
DVD	1
Mini refrigerador	1
Cafetera	1
Extintor	1
Dispensador de Agua	1
Aire Acondicionado	1
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro



## CAPÍTULO 5

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa.

CUADRO 2 INGRESOS OPERACIONALES

Detalle	2013			2014			2015		
	Q	PVP	Ingresos	Q	PVP	Ingresos	Q	PVP	Ingresos
Asesoría Continua	140	18,00	30.240,00	147	18,90	31.752,00	154	19,85	33.339,60
Asesoría Parcial	160	11,00	21.120,00	168	11,55	22.176,00	176	12,13	23.284,80
			<b>51.360,00</b>			<b>53.928,00</b>			<b>56.624,40</b>

Detalle	2016			2017		
	Q	PVP	Ingresos	Q	PVP	Ingresos
Asesoría Continua	162	20,84	35.006,58	170,17	21,88	36.756,91
Asesoría Parcial	185	12,73	24.449,04	194,48	13,37	25.671,49
			<b>59.455,62</b>			<b>62.428,40</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

## 5.2 Costos

La determinación de costos es una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio. Con ella podemos conocer a tiempo si el precio del servicio prestado permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa

Rubros que constituyen parte primordial de una empresa para generar un servicio adecuado y consiste en el pago de salarios, la compra de materiales, etc. para lograr los objetivos esperados.

### 5.2.1 Costo directo

Representa el gasto económico para la prestación de servicio de Asesoría Contable y Tributaria.

**CUADRO 3 COSTO DIRECTO**

DETALLE	VALOR
ASESOR 1	5.584,01
ASESOR 2	5.584,01
<b>TOTAL</b>	<b>11.168,02</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Recurso Humano es el principal Costo al momento de prestar un servicio de Asesoría Contable y Tributaria.

### 5.2.2 Costo indirecto

Aquellos costos que no se puede identificar o cuantificar plenamente con la prestación del Servicio.

**CUADRO 4 COSTO INDIRECTO**

DESCRIPCION	UNIDADES	COSTO UNI.	TOTAL
Papel Bond resma	3	3,50	10,50
Grapadora	4	3,50	14,00
Perforadora	4	3,50	14,00
Esferográficos	15	0,40	6,00
Portaminas	15	0,60	9,00
Carpetas Plasticas	60	1,20	72,00
Facturas	1	15,00	15,00
Sello	1	15,00	15,00
Tinta Impresoras	1	35,00	35,00
Otros	1	10,00	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>200,50</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Suministros de Oficina son complementarios al momento de la prestación de Servicio los cuales se consumen según la necesidad de cada proceso.

### 5.2.3 Gasto administrativo

Los gastos de operación hacen referencia al dinero desembolsado por la empresa para el desarrollo de sus actividades que no están ligadas de una manera directa en la prestación del servicio.

**CUADRO 5 GASTO ADMINISTRATIVO**

DETALLE	VALOR
Sueldos y Salarios	28.526,43
Suministro de Limpieza	49,15
Suministro de Oficina	200,50
Servicios básicos	1.020,00
Arriendo	3.600,00
Combustibles y lubricantes	1.320,00
Depreciaciones	4.263,67
<b>TOTAL</b>	<b>38.979,75</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Son aquellos que se originan en el área administrativa como sueldos del personal indirecto, servicios básicos etc. Que son necesarios al momento de prestar un servicio de Asesoría Contable y Tributaria.

#### 5.2.4 Gastos de ventas

Están relacionados con la publicidad del Servicio y las ventas aunque no se cuenta con un departamento de ventas son consideradas los gastos en publicidad.

**CUADRO 6 GASTO DE VENTA**

DETALLE	VALOR
Publicidad	460,00
<b>TOTAL</b>	<b>460,00</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 5.2.5 Gastos financieros

Son los gastos cobrados por las entidades financieras a los que recurren a utilizar financiación ajena, tales como intereses, comisiones de apertura, etc.

(<http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/gastos-financieros>)

**CUADRO 7 GASTO FINANCIERO**

GASTO INTERES AÑO 1	1.665,09
GASTO INTERES AÑO	585,03

Se utilizó el método Alemán en la tabla de amortización en la cual el primer año se nota más el interés y en el segundo va disminuyendo.

### 5.2.6 Costos fijos y variables

#### 5.2.6.1 Costo fijo

Valores económicos que se cancelan permanentes dentro del periodo en igual cantidad sin importar si la empresa presta o no servicios en el periodo.

**CUADRO 8 COSTO FIJO**

COSTO FIJO	VALOR
SECRETARIA	5.584,01
MENSAJERO	5.392,52
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	49,15
SERVICIOS BASICOS	1.020,00
ARRIENDO	3.600,00
DEPRESIACIONES	4.263,67
	<b>19.909,34</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 5.2.6.2 Costo variable

CUADRO 9 COSTO VARIABLE

COSTO VARIABLE	VALOR
ASESOR 1	5.584,01
ASESOR 2	5.584,01
ADMINISTRADOR	6.381,89
SUMINISTRO DE OFICINA	200,50
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	1.320,00
	<b>19.070,40</b>

Valores que sufren cambios dependiendo del nivel de producción a mayor producción mayor valor económico. Están directamente involucrados con la prestación y venta del servicio, por lo que tienden a variar con el volumen de la producción.

## 5.2 Inversiones

### 5.2.1 Inversión fija

#### 5.2.1.1 Activos fijos

Son bienes que tienen una vida útil mayor a un año y que la empresa utilizará de manera continua en el curso normal de sus operaciones

CUADRO 10 INVERSIÓN FIJA

DETALLE	P. Unitario	Cantidad	Subtotal	Total
<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>				<b>3.200,00</b>
Computador de escritorio	750,00	2	1.500,00	
Computador portátil	850,00	2	1.700,00	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>2.030,00</b>
Escritorio	140,00	4	560,00	
Sillon ejecutivo	85,00	4	340,00	
Archivador	90,00	5	450,00	
Sillas	45,00	8	360,00	
Sillón Bipersonal	85,00	2	170,00	
Mueble polifuncional	150,00	1	150,00	
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				<b>940,00</b>
Telefonos de escritorio	35,00	4	140,00	
Televisor con soporte	320,00	1	320,00	
DVD	80,00	1	80,00	
Mini refrigerador	120,00	1	120,00	
Cafetera	80,00	1	80,00	
Extintor	50,00	1	50,00	
Dispensador de Agua	80,00	1	80,00	
Aire Acondicionado	70,00	1	70,00	
<b>VEHICULO</b>				<b>14.500,00</b>
Chevrolet Aveo Family	13.000,00	1	13.000,00	
Moto	1.500,00	1	1.500,00	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>				<b>20.670,00</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 5.2.1.2 Activos normales (diferidos)

### 5.2.2 Capital de trabajo

Recursos que requiere la empresa para poder operar sin contratiempo.



CUADRO 11 CAPITAL DE TRABAJO

Descripcion	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Arriendo	300,00	300,00	600,00
Sueldos Personal	2.377,20	2.377,20	4.754,40
Servicios Basicos	85,00	85,00	170,00
Suministro de Oficina	200,50		200,50
Suministro de Limpieza	49,15		49,15
Combustibles y Lubricantes	110,00	110,00	220,00
Publicidad	185,00		185,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.306,85</b>	<b>2.872,20</b>	<b>6.179,05</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 5.2.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

CUADRO 12 ESTRUCTURA DE CAPITAL

CAPITAL PROPIO	12.619,06
CREDITO	14.230,00
TOTAL	26.849,05

		FUENTES FINANCIERAS		
			CREDITO	CAPITAL
<b>INVERSION FIJA</b>		<b>20.670,00</b>		
Vehículo	14.500,00		14.230,00	490,00
Equipo de Oficina	940,00			940,00
Equipo de Computacion	3.200,00			3.200,00
Muebles y Enseres	2.030,00			2.030,00
<b>GASTO DE OPERACIONES</b>		<b>5.994,05</b>		
Sueldos y salarios	4.754,40			4.754,40
Suministro de Oficina	200,50			200,50
Suministro de Limpieza	49,15			49,15
Servicios basicos	170,00			170,00
Arriendo local	600,00			600,00
Combustibles y Lubricantes	220,00			
<b>GASTO DE VENTA</b>		<b>185,00</b>		
Publicidad	185,00			185,00
<b>INVERSION REQUERIDA</b>		<b>26.849,05</b>	<b>14.230,00</b>	<b>12.619,05</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

#### 5.2.4 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

Proceso financiero mediante el cual se disminuye gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes.

**CUADRO 13 AMORTIZACION DEL CREDITO**

Numero Cuotas	Amortizacion	Interes	Valor total	Saldo Insoluto
0				14.230,00
1	592,92	180,01	772,93	13.637,08
2	592,92	172,51	765,43	13.044,17
3	592,92	165,01	757,93	12.451,25
4	592,92	157,51	750,42	11.858,33
5	592,92	150,01	742,92	11.265,42
6	592,92	142,51	735,42	10.672,50
7	592,92	135,01	727,92	10.079,58
8	592,92	127,51	720,42	9.486,67
9	592,92	120,01	712,92	8.893,75
10	592,92	112,51	705,42	8.300,83
11	592,92	105,01	697,92	7.707,92
12	592,92	97,51	690,42	7.115,00
13	592,92	90,00	682,92	6.522,08
14	592,92	82,50	675,42	5.929,17
15	592,92	75,00	667,92	5.336,25
16	592,92	67,50	660,42	4.743,33
17	592,92	60,00	652,92	4.150,42
18	592,92	52,50	645,42	3.557,50
19	592,92	45,00	637,92	2.964,58
20	592,92	37,50	630,42	2.371,67
21	592,92	30,00	622,92	1.778,75
22	592,92	22,50	615,42	1.185,83
23	592,92	15,00	607,92	592,92
24	592,92	7,50	600,42	-0,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Está calculada con el Método Alemán en las cuales las cuotas son decrecientes, es decir, al principio se pagan cuotas altas, pero luego van disminuyendo.

En el cuadro de inversión se determina el financiamiento y el aporte propio que se realizara en la empresa.

Al momento de analizar la Entidad en la cual se realizara la solicitud de crédito se debe tener en cuenta alguna de los siguientes aspectos:

- ❖ Tiempo de recuperación
- ❖ La tasa de interés
- ❖ El uso de Dinero
- ❖ Requisitos.

#### 5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Las depreciaciones es el valor que se da a los diferentes activos al final de su tiempo de uso. La tabla de depreciaciones ha sido elaborada para un periodo de 5 años utilizando el método de depreciación en línea recta

**CUADRO 14 DEPRESIACION**

Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehiculos	14.500,00	5	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00
Muebles y Enseres	2.030,00	10	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00
Equipos de Oficina	940,00	10	94,00	94,00	94,00	94,00	94,00
Equipos de Computación	3.200,00	3	1.066,67	1.066,67	1.066,67	1.066,67	1.066,67
<b>TOTAL</b>	<b>20.670,00</b>		<b>4.263,67</b>	<b>4.263,67</b>	<b>4.263,67</b>	<b>4.263,67</b>	<b>4.263,67</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro



5.2.6 Estado de situación inicial

CUADRO 15 ESTADO DE SITUACION INICIAL

<b>ACTIVO</b>	
<b>ACTIVO DISPONIBLE</b>	<b>6.179,05</b>
CAPITAL DE TRABAJO (BANCO)	6.179,05
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>20.670,00</b>
VEHICULO	14.500,00
MUEBLES Y ENSERES	2.030,00
EQUIPO DE COMPUTO	3.200,00
EQUIPO DE OFICINA	940,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>26.849,05</b>
<b>PASIVO</b>	
CUENTAS POR PAGAR	14.230,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>14.230,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
CAPITAL PROPIO	12.619,06
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>26.849,05</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 5.2.7 Estado de resultados proyectado (a cinco años)

Es un estado financiero dinámico pues permite ver el desarrollo de un periodo de acuerdo a la vida económica del proyecto

**CUADRO 16 ESTADO DE RESULTADOS**

	DESCRIPCIÓN	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		2013	2014	2015	2016	2017
	<b>VENTAS</b>	51.360,00	53.928,00	56.624,40	59.455,62	62.428,40
<b>( = )</b>	<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>51.360,00</b>	<b>53.928,00</b>	<b>56.624,40</b>	<b>59.455,62</b>	<b>62.428,40</b>
<b>( - )</b>	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	38.979,75	40.601,30	42.290,32	44.049,59	45.882,06
	Gastos de Ventas	460,00	479,14	499,07	519,83	541,45
	Gastos Financieras	1.665,09	585,03			
<b>( = )</b>	<b>Utilidad Operacional</b>	<b>10.255,17</b>	<b>12.262,53</b>	<b>13.835,01</b>	<b>14.886,20</b>	<b>16.004,89</b>
<b>( + )</b>	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>( - )</b>	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>( = )</b>	<b>Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>10.255,17</b>	<b>12.262,53</b>	<b>13.835,01</b>	<b>14.886,20</b>	<b>16.004,89</b>
<b>( - )</b>	IMPUESTO A LA RENTA	3,76	3,91	4,08	4,25	4,42
<b>( = )</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>10.251,41</b>	<b>12.258,62</b>	<b>13.830,94</b>	<b>14.881,95</b>	<b>16.000,47</b>
<b>( = )</b>	<b>EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>10.251,41</b>	<b>12.258,62</b>	<b>13.830,94</b>	<b>14.881,95</b>	<b>16.000,47</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

El crecimiento del sector Actividades profesionales ha contribuido en 0.05% al incremento de PIB (Producto Interno Bruto) por lo tanto se tomara como base para proyectar las ventas en los próximos 5 años.

La inflación Acumulada para el 2012 fue 4.16 % valor que fue tomado para proyectar los gastos para los próximos 5 años.

### 5.2.8 Flujo caja

Determina la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión.

**CUADRO 17 FLUJO DE CAJA**

DETALLE	años					
	0	1	2	3	4	5
<b>FUENTES</b>	<b>26.849,05</b>	<b>14.515,08</b>	<b>16.522,28</b>	<b>18.094,60</b>	<b>19.145,62</b>	<b>20.264,13</b>
Aporte propio	12.619,06	-	-	-	-	-
Préstamos	14.230,00	-	-	-	-	-
Utilidad neta		10.251,41	12.258,62	13.830,94	14.881,95	16.000,47
Depreciación	-	4.263,67	4.263,67	4.263,67	4.263,67	4.263,67
Valor residual	-		-	-	-	-
Capital de trabajo	-	-	-	-	-	
<b>USOS</b>	<b>26.849,05</b>	<b>8.780,09</b>	<b>7.700,03</b>	-	<b>3.200,00</b>	-
Inversión fija	20.670,00		-	-	3.200,00	-
Inversión diferida	-	-	-	-	-	-
Capital de trabajo	6.179,05		-	-	-	-
Amortización		8.780,09	7.700,03	-	-	-
<b>FLUJO ACTUAL</b>	-	<b>5.734,99</b>	<b>8.822,25</b>	<b>18.094,60</b>	<b>15.945,62</b>	<b>20.264,13</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	-	<b>5.734,99</b>	<b>14.557,24</b>	<b>32.651,84</b>	<b>48.597,46</b>	<b>68.861,59</b>

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

En este estado se reflejan los ingresos y egresos reales de las actividades de operación, inversión y financiamiento, en el flujo de caja constan la depreciación con signo positivo, que representa devolver los fondos restados en el Estado de Pérdidas y Ganancias.

### 5.3 Evaluación

#### 5.3.1 Tasa de descuento

La tasa utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor presente neto.

CUADRO 18 TASA DE DESCUENTO

$$\text{TMAR} = i + f + (i \times f)$$

$$\begin{aligned} \text{Inflación} &= 4,16\% \\ \text{Costo de Oportunidad} &= 16,00\% \end{aligned}$$

$$\text{TMAR} = 0,20826$$

$$\text{TMAR} = 20,83\%$$

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

#### 5.3.2 VAN

El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión puede incrementar o reducir el valor de las Pymes. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

(<http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>)

**CUADRO 19 VAN**

$$\text{VAN} = -P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = -26.849,05 + \frac{10.251,41}{1,208256} + \frac{12.258,62}{1,45988256} + \frac{13.830,94}{1,76391186} + \frac{14.881,95}{2,1312571} + \frac{16.000,47}{2,5751042}$$

$$\text{VAN} = -26.849,05 + 37.918,75$$

$$\text{VAN} = 11.069,69$$

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

### 5.3.3 TIR

Tasa que iguala el valor presente neto (VAN) a cero. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

(<http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>)

**CUADRO 20 TIR**

$$\text{TIR} = 37,16\%$$

$$-P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = -26.849,05 + \frac{10.251,41}{1,37164} + \frac{12.258,62}{1,88139622} + \frac{13.830,94}{2,58059827} + \frac{14.881,95}{3,5396517} + \frac{16.000,47}{4,8551278}$$

$$\text{VAN} = 0,00$$

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

El resultado es positivo para el proyecto, ya que la Tasa Interna de Retorno (TIR) supera a la tasa de descuento o TMAR tomada en cuenta para la evaluación económica del proyecto.

#### 5.3.4 PRI (periodo de recuperación de la inversión)

Indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

El tiempo de recuperación de la inversión será 2 años completos más (+) tres meses con 8 días del tercer año tiempo prudente en el cual se recupera la inversión inicial, tomando como referencia el valor total de la utilidad del estado de resultados proyectado.

En Valores Actuales descontados con la tasa de descuento se determina el periodo de Recuperación en 3 años completos más (+) 3 meses con 7 días del cuarto año es más extenso el tiempo ya que son a valores reales.



**CUADRO 21 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION**

Periodo	FNE	Acumulado				
<b>AÑO 0</b>	-26.849,05	-26.849,05				
AÑO 1	10.251,41	10.251,41	(=) año 1+ año 2			
AÑO 2	12.258,62	12.258,62	22.510,02	(=) diferencia		
AÑO 3	13.830,94			-4.339,03	<b>Factor proporcion</b>	
AÑO 4	14.881,95				-0,31	<b>Tiempo</b>
AÑO 5	16.000,47					-3,8

AÑO	MESES	DIAS
<b>1</b>		
<b>2</b>		
<b>3</b>	3	8

Periodo	FNE	Acumulado				
<b>AÑO 0</b>	-26.849,05	-26.849,05				
AÑO 1	8.484,47	8.484,47	(=) tres años			
AÑO 2	8.396,99	8.396,99		(=) diferencia		
AÑO 3	7.841,06	7.841,06	24.722,51	-2.126,54	<b>Factor proporcion</b>	
AÑO 4	6.982,71				-0,30	<b>Tiempo</b>
AÑO 5	6.213,52					-3,7

AÑO	MESES	DIAS
<b>1</b>		
<b>2</b>		
<b>3</b>		
<b>4</b>	3	7

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

## 5.3.5 RCB (relación costo beneficio)

CUADRO 22 RELACION COSTO BENEFICIO

<b>TMAR =</b>	<b>20,83%</b>				
---------------	---------------	--	--	--	--

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	51.360,00	53.928,00	56.624,40	59.455,62	62.428,40

51.360,00	53.928,00	56.624,40	59.455,62	62.428,40
1,2082560	1,4598826	1,7639119	2,1312571	2,5751042

<b>INGRESOS ACTUALES</b>	<b>42.507,55</b>	<b>36.939,96</b>	<b>32.101,60</b>	<b>27.896,97</b>	<b>24.243,06</b>
--------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS Y GASTOS	39.439,75	41.080,44	42.789,39	44.569,42	46.423,51

39.439,75	41.080,44	42.789,39	44.569,42	46.423,51
1,2082560	1,4598826	1,7639119	2,1312571	2,5751042

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>32.641,88</b>	<b>28.139,55</b>	<b>24.258,23</b>	<b>20.912,27</b>	<b>18.027,82</b>
-----------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

RELACION COSTO BENEFICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR ACTUAL DE INGRESOS	42.507,55	36.939,96	32.101,60	27.896,97	24.243,06
VALOR ACTUAL DE COSTOS Y GASTOS	32.641,88	28.139,55	24.258,23	20.912,27	18.027,82
	1,30	1,31	1,32	1,33	1,34

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

El resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. Los beneficios (ingresos) son mayores a lo sacrificios (egresos) y el proyecto genera beneficios.

### 5.3.6 Punto de equilibrio

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

(<http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>)

El cálculo en unidades monetarias es la recomendada cuando la actividad no es reconocible en unidades o cuando hay varios bienes o productos.

**CUADRO 23 PUNTO DE EQUILIBRIO**

PE \$	1-	COSTOS FIJOS
		COSTOS VARIABLES
		VENTAS TOTALES

PE \$		22.034,43
	1-	19070,404
		51.360,00

PE \$	22.034,43
	0,6286915

PE \$	35.048,08
-------	-----------

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Para cubrir los costos del servicio en el periodo 1 debe haber ingresos de 35.048.08 para mantener un equilibrio.

### 5.3. Análisis de índices financieros

Los indicadores o razones financieras, los cuales son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; desde el punto de vista del inversionista le sirve para la predicción del futuro de la compañía, mientras que para la administración del negocio, es útil como una forma de anticipar las condiciones futuras y, como punto de partida para la planeación de aquellas operaciones que hayan de influir sobre el curso futuro de eventos.

(<http://aindicadoresf.galeon.com/>)

#### 5.3.1 R.O.E

Mide la rentabilidad obtenida por la empresa sobre sus fondos propios.

**CUADRO 24 ROE**

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio

R.O.E =	10.251,41
	12.619,06

R.O.E =	0,81
---------	------

R.O.E =	81%
---------	-----

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Para este proyecto muestra el retorno del capital propio en 81% por cada unidad (\$1.00) invertido con el capital propio.

### 5.3.2 Rendimiento de la inversión

**CUADRO 25 RENDIMIENTO DE LA INVERSION**

UTILIDAD NETA
ACTIVO
10.251,41
26.849,05
38%

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Representa que la utilidad obtenida es el 38% que es representativo sobre los activos de la empresa.

### 5.3.3 Apalancamiento financiero

Grado en que una empresa depende de la deuda

**CUADRO 26 APALANCAMIENTO FINANCIERO**

PATRIMONIO
ACTIVO
12.619,06
26.849,05
47%

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

El financiamiento con terceros es del 47% valor el cual tiene como propósito de financiar la inversión.



### 5.3.4 Razón de endeudamiento

Mide la proporción del total de los Activos aportados.

**CUADRO 27 RAZON DE ENDEUDAMIENTO**

<u>PASIVO</u>
<u>ACTIVO</u>
14.230,00
26.849,05
53%

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

El aporte representa el 53% de los recursos aportados como capital propio.

### 5.3.5 Margen neto

Permite analizar y evaluar la ganancia obtenida en un periodo determinado

**CUADRO 28 MARGEN NETO**

<u>UTILIDAD NETA</u>
<u>VENTAS</u>
10.251,41
51.360,00
20%

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Se obtiene un margen neto del 20% por cada \$1.00 valor considerado positivo en este proyecto,

### 5.3.6 Cobertura

Determinar si un prestatario esta en las posibilidades económicas de cancelar un crédito en una Institución Financiera.

**CUADRO 29 INDICADOR DE COBERTURA**

UTILIDAD OPERACIONAL PRESTAMO POR PAGAR AÑO 1	UTILIDAD OPERACIONAL PRESTAMO POR PAGAR AÑO 2
10.255,17	12.262,53
8.780,09	7.700,03
1,17	1,59

Elaborado por: Mayra Alexandra Chandi Castro

Representa que por cada dólar (\$1.00) de deuda tiene para cancelar en el año 1 tiene (\$1.17) de igual manera en el año 2 por cada dólar de deuda tiene para cancelar en el año 2 (\$1.59).

## CAPITULO 6

### ANALISIS DE IMPACTOS

Se analizarán todos los aspectos que la gestión del proyecto generará en ciertos ámbitos o áreas en el corto, mediano y largo plazo.

#### 6.1 Impacto ambiental

Efecto positivo o negativo sobre el medio ambiente por las actividades que se realizan en la producción de un bien o la prestación de un servicio.

- ❖ Reciclaje de Suministro de oficina en la actualidad existen empresas dedicadas a esta labor lo que contribuye a la no contaminación del planeta.
- ❖ Los recursos naturales no tienen un cambio en este proyecto por ser de servicio no contamina y perjudica a las personas que están en el alrededor del proyecto.

#### 6.2 Impacto económico

- ❖ Inversión, crecimiento y desarrollo, en la actual condición del país, aportando con fuentes de empleo en el cual profesionales pueden acceder para mejorar su nivel de vida que permita cubrir sus necesidades generando con ello aumento en el desarrollo social.

- ❖ Desarrollo económico de la actividad comercial, La proyección de crecimiento de servicios profesionales es a largo plazo y por ende contribuirá a un desarrollo económico sustentable visible el PIB.
- ❖ Aumento de rentabilidad económica microempresaria. Al existir un control adecuado del sistema contable en la pequeñas empresas puede haber mayor producción e incremento de los demandantes, por ende se generará un incremento de la rentabilidad económica para los microempresarios

### **6.3 Impacto productivo**

- ❖ En el Ecuador de habla de un mejoramiento en la matriz productiva, es decir nuevas industrias que generen fuente de empleo local y permitir incrementar la competitividad con otros países. La Asesoría Contable y Tributarias ayudara a mantener un registro adecuado de sus actividades de esta manera mantener un sostenibilidad de las actividades.
- ❖ Ecuador dejara de ser un país importador de materia prima para convertirse en uno de exportador de productos terminados aprovechando la mano de obra del país, fortaleciendo los micros pymes y dando lugar a un incremento en el área de la contabilidad y la tributación.
- ❖ El impacto de este proyecto será positivo ya que va de la mano con el progreso y se verá reflejado en el esfuerzo de las personas por ser más competitivas entre sí.

---

#### 6.4 Impacto social

- ❖ Cultura Tributaria aspecto importante que permite la evasión de impuestos, permitiendo una recolección de recursos para aumentar el ingreso público y ver reflejado esos recursos en obras de beneficio para el país.
- ❖ Estabilidad Comercial mediante el correcto manejo de recursos evitando clausuras y sanciones permitiendo en los contribuyentes la visión de causa-efecto de las decisiones que realice.
- ❖ Incremento de fuentes de empleo mejorando la producción de las microempresas de esa manera obtener un adecuado manejo del personal y sobre todo estabilidad laboral.
- ❖ Administración y mejora continua El aumento de la productividad con tecnología desafiará una administración con acciones a mediano plazo dirigidas a lograr eficiencia en la productividad con servicios de calidad e innovación constante.

## CAPITULO 7

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

- ❖ Realizando los estudios correspondientes los resultados son positivos, se ha podido demostrar que puede ser implementado este proyecto y su rentabilidad está en un nivel adecuado, insertando en el mercado Quiteño un servicio que le brinde satisfacción, confianza y economía como los principales factores de garantía.
- ❖ Luego de haber realizado un análisis más a profundidad se ha considerado que el objetivo general de “posesionar a la empresa en el mercado de Servicios de Asesoría como una de las más competitiva y moderna aplicando los valores corporativos que garantice la prestación de un servicio de alta calidad” es factible ya que cuenta con los instrumentos necesarios y el personal para cumplir el objetivo propuesto.

- ❖ Las pequeñas y medianas empresas que desarrollan sus actividades dentro del rango de personas naturales pueden ahora encontrar solución a sus dudas en cuanto a temas contables y tributarios con apego a la Ley garantizando tranquilidad y respaldo al momento de presentar sus obligaciones como contribuyente.
- ❖ Desde el punto de vista de la evaluación económica es viable la ejecución del proyecto, debido a que los resultados muestran que la Tasa Interna de Retorno es 37.16% mayor a la tasa de descuento del 14.58 %, y el Valor Actual Neto es de 44219.46 USD; mientras que el punto de equilibrio en dólares, tomando como base el primer año es de 35048.08 USD. Estos son niveles aceptables que demuestran la factibilidad del proyecto.
- ❖ Sin olvidar los temas de cultura general que debemos conocer por vivir en una Sociedad en constantes cambios, los mismos que debemos modificar y adaptar a las necesidades de cada individuo o empresa.

## 7.2 Recomendaciones

- ❖ Las decisiones que sean tomadas por el Gobierno Nacional para incrementar la productividad del país también modificara el mercado al cual está enfocado este proyecto, de aquí emergen recomendaciones principalmente estar actualizados y con la disposición al cambio, de esta manera estar preparados para ir un paso antes que la competencia.

- ❖ Las necesidades del servicio de Asesoría Contable y Tributario es a nivel nacional por ello mantener una actitud positiva de entregarnos a nuevos sectores en busca de la aceptación de este servicio de allí el trabajo de la administración y sobre del servicio que se brinde.
- ❖ Es necesario acotar que el personal debe ser el más calificado e idóneo para desarrollar cada una de las actividades a ejecutar el mismo, que debe estar capacitado y actualizado con temas de aspecto tributario, contable y sobre todo trato cordial con los clientes.
- ❖ El desarrollo de cada uno de los estudios, no significa que el proyecto sea perfecto y que esté sin riesgo alguno. Se debe recordar que el futuro es incierto; y nada está totalmente dicho es decir que pueden haber variaciones que cambien los resultados de este proyecto.

## ANEXOS

### ENCUESTA

1- ¿Usted tiene su actividad registrada en el Servicio de rentas Internas cómo?

- a) Persona Natural no obligada a llevar Contabilidad
- b) Persona Natural Obligada a llevar Contabilidad
- c) Persona Jurídica (sociedad)
- d) Contribuyente RISE

2- ¿Conoce y Aplica las obligaciones como Contribuyente y pequeño empresario?

SI

NO

3- ¿Conoce Ud. Sobre la nueva Ley de Régimen Tributario Interno?

Si

No

Indiferente

4- ¿Qué consideraría importante al momento de solicitar asesoría contable y tributaria?

- a) Honestidad
- b) Confiabilidad
- c) Economía
- d) Profesionalismo

5- ¿Considera usted importante tener un asesor tributario y/o un contador que le permita solucionar problemas cómo?

a) Sanciones por incumplimientos tributarios

b) Declaraciones mensuales de Impuestos

6- ¿La Consultora Tributaria contratada por Ud. Se encuentra?

Lejos de su negocio.

Cerca de su negocio

7- ¿Para realizar sus declaraciones tributarias Ud. las realiza por?

Consultoría

Contador Particular

Elaboran personalmente

8- ¿Conoce usted el proceso contable tributario de su establecimiento?

Si

No

9- ¿El servicio de asesoría contable tributario que recibe actualmente cumple sus expectativas en un nivel?

a) Alto

b) Medio

c) Bajo

10- ¿Sabe usted a quien recurrir para solicitar información no disponible o apoyo al momento de realizar sus controles contables y declaraciones tributarias?

- a) Si sé a quién acudir
- b) No sé a quién acudir
- c) Lo puedo resolver solo(a)

11- ¿Es importante para usted cumplir con los impuestos y pagarlos a tiempo?

Si

No

12- ¿En el aspecto económico cuál de las siguientes opciones de servicio estaría en condiciones de contratar que le garantice un adecuado manejo de la información?

- a) Asesoría Continua
- b) Asesoría parcial
- c) Asesoría Total

13- ¿De qué manera le gustaría su Asesoría Contable Tributaria?

- a) En su establecimiento
- b) En una oficina Particular
- c) Recolección de información y espera de resultados



VEHICULO

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
Chevrolet Aveo Family	1	13.000,00	13.000,00
Moto	1	1.500,00	1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>13.000,00</b>	<b>14.500,00</b>

SUMINISTRO DE OFICINA

DESCRIPCION	UNIDADES	COSTO UNI.	TOTAL
Papel Bond resma	3	3,50	10,50
Grapadora	4	3,50	14,00
Perforadora	4	3,50	14,00
Esferograficos	15	0,40	6,00
Portaminas	15	0,60	9,00
Carpetas Plasticas	60	1,20	72,00
Facturas	1	15,00	15,00
Sello	1	15,00	15,00
Tinta Impresoras	1	35,00	35,00
Otros	1	10,00	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>200,50</b>

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
VEHICULO	4,00	20,00	80,00	960
MOTO	1,50	7,50	30,00	360
<b>TOTAL</b>			<b>110,00</b>	<b>1.320,00</b>

---



---

ROL DE PROVISIONES

#	CARGO	Dec. Tercero	Dec. Cuarto	Vacaciones	Fondos de	Aporte IESS	Provision total
1	ADMINISTRADOR	31,67	26,50	15,83	31,65	46,17	<b>151,82</b>
2	SECRETARIA	27,50	26,50	13,75	27,49	40,10	<b>135,33</b>
3	ASESOR 1	27,50	26,50	13,75	27,49	40,10	<b>135,33</b>
4	ASESOR 2	27,50	26,50	13,75	27,49	40,10	<b>135,33</b>
6	MENSAJERO	26,50	26,50	13,25	26,49	38,64	<b>131,38</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>140,67</b>	<b>132,50</b>	<b>70,33</b>	<b>140,61</b>	<b>205,09</b>	<b>689,20</b>

GASTO DE VENTA

		Valor	TOTAL	TOTAL
Descripcion	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
Publicidad prensa	1	35,00	35,00	140,00
Publicidad revistas especializadas	1	40,00	40,00	160,00
POP	1000	0,05	50,00	100,00
Tarjetas	2000	0,03	60,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>185,00</b>	<b>460,00</b>

TABLA IMPUESTO A RENTA 2013

Año 2013 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.180	-	0%
10.180	12.970	-	5%
12.970	16.220	140	10%
16.220	19.470	465	12%
19.470	38.930	855	15%
38.930	58.390	3.774	20%
58.390	77.870	7.666	25%
77.870	103.810	12.536	30%
103.810	En adelante	20.318	35%



---

---

## B.I. = Ingresos Gravable – Deducciones

### Ingresos Gravables

- ⊙ Sueldos
- ⊙ Comisiones
- ⊙ Horas Extras
- ⊙ Subsidios
- ⊙ Gastos de representación.
- ⊙ Vacaciones, etc

### Ingresos Exentos

- ⊙ Décimo Tercero y Cuarto
- ⊙ Viáticos o Gastos de viaje, hospedaje y alimentación
- ⊙ Fondos de Reserva

### Deducciones

- ⊙ Aporte al IESS (9.35%)
- ⊙ Gastos Personales
  - ✓ Salud
  - ✓ Educación
  - ✓ Vivienda
  - ✓ Vestimenta
  - ✓ Alimentación

## BIBLIOGRAFIA

(2011, 03). *Capacidad Optima De Produccion*. BuenasTareas.com. Recuperado 03, 2011, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-Optima-De-Produccion/1825091.html>. (s.f.). Obtenido de (2011, 03). *Capacidad Optima De Produccion*. BuenasTareas.com. Recuperado 03, 2011, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-Optima-De-Produccion/1825091.html>.

(<http://es.scribd.com/doc/5181091/Estadistica-y-poblacio-y-muestra>). (s.f.).  
(<http://es.scribd.com/doc/5181091/Estadistica-y-poblacio-y-muestra>).

(<http://www.ecuadorencifras.com:8080/analisis/index.php>). (s.f.).  
(<http://www.ecuadorencifras.com:8080/analisis/index.php>).

(<http://www.tiposde.org/ciencias-exactas/233-tipos-de-muestra-estadistica/#ixzz2LIUAuaLc>). (s.f.). (<http://www.tiposde.org/ciencias-exactas/233-tipos-de-muestra-estadistica/#ixzz2LIUAuaLc>).

(s.f.). BACA URBINA, Gabriel, "EVALUACIÓN DE PROYECTOS" (Tercera Edición), Editorial McGraw-Hill.

DIARIO HOY. (s.f.). <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/quienes-y-cuanto-se-debe-pagar-por-la-patente-municipal>.

<http://aindicadoresf.galeon.com/>. (s.f.). Obtenido de <http://aindicadoresf.galeon.com/>.

<http://allstudies.com/tecnologia-en-contabilidad.html>. (s.f.). Obtenido de <http://allstudies.com/tecnologia-en-contabilidad.html>.

<http://definicion.de/educacion/>. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/educacion/>.

<http://definicion.de/marketing-mix/>. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/marketing-mix/>.

<http://organigramaempresa.galeon.com/>. (s.f.). <http://organigramaempresa.galeon.com/>.

<http://rivero.8k.com/comporta.html>. (s.f.). <http://rivero.8k.com/comporta.html>.

<http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/04/flujograma.html>. (s.f.). Obtenido de <http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/04/flujograma.html>.

- <http://uproadmon.blogspot.com/2007/03/estrategias-comerciales.html>. (s.f.). Obtenido de <http://uproadmon.blogspot.com/2007/03/estrategias-comerciales.html>.
- [http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/nivel\\_socioeconomico.php](http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/nivel_socioeconomico.php). (s.f.). Obtenido de [http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/nivel\\_socioeconomico.php](http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/nivel_socioeconomico.php).
- <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>. (s.f.).
- [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais). (s.f.).
- <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/gastos-financieros>. (s.f.). Obtenido de <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/gastos-financieros>.
- <http://www.crearempresas.com/>. (s.f.). Obtenido de <http://www.crearempresas.com/>.
- <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>. (s.f.). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>.
- <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>. (s.f.). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>.
- <http://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica/>. (s.f.). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica/>.
- <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>. (s.f.). Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>.
- <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>. (s.f.). Obtenido de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>.
- <http://www.everis.com/peru/WCLibraryRepository/References/Estudio%20Excelencia%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20clientes%20castellano.pdf>. (s.f.).  
<http://www.everis.com/peru/WCLibraryRepository/References/Estudio%20Excelencia%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20clientes%20castellano.pdf>.
- <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm>. (s.f.). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm>.
- [http://www.inec.gob.ec/nuevo\\_inec/items/censos\\_2010/cenec/3\\_cenec.pdf](http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/items/censos_2010/cenec/3_cenec.pdf). (s.f.).  
[http://www.inec.gob.ec/nuevo\\_inec/items/censos\\_2010/cenec/3\\_cenec.pdf](http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/items/censos_2010/cenec/3_cenec.pdf).  
[http://www.inec.gob.ec/nuevo\\_inec/items/censos\\_2010/cenec/3\\_cenec.pdf](http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/items/censos_2010/cenec/3_cenec.pdf).

- 
- <http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml>. (s.f.).  
Obtenido de  
<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml>.
- <http://www.pichincha.com/web/index.php>. (01 de julio de 2013).  
<http://www.pichincha.com/web/index.php>. Obtenido de  
<http://www.pichincha.com/web/index.php>.
- <http://www.portaldeencuestas.com/que-es-una-encuesta.php>. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.portaldeencuestas.com/que-es-una-encuesta.php>.
- <http://www.promonegocios.net/clientes>. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.promonegocios.net/clientes>.
- <http://www.promonegocios.net/contabilidad/historia-contabilidad.html>. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.promonegocios.net/contabilidad/historia-contabilidad.html>.
- <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>.
- <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>.
- <http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf>. (2010). *Nueva Constitucion del Ecuador*.
- INEC. (s.f.). <http://www.inec.gob.ec/estadisticas>. Obtenido de  
<http://www.inec.gob.ec/estadisticas>.
- Josefina, K. (s.f.). "MANUAL DEL EMPRESARIO EXITOSO".
- LEY ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA. (s.f.). <http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/1-LEY-DE-ECONOMIA-POPULAR-Y-SOLIDARIA.pdf>. Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/1-LEY-DE-ECONOMIA-POPULAR-Y-SOLIDARIA.pdf>.
- Marketing, D. E.-A.-F. (s.f.). [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD\\_INSTALADA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm). Obtenido de  
[http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD\\_INSTALADA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm).
- MINISTERIO DE EDUCACION. (s.f.). <http://educacion.gob.ec/>. Obtenido de  
<http://educacion.gob.ec/>.
- MUNICIPIO DE QUITO. (s.f.). <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/>.  
<http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/>.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (s.f.). <http://www.sri.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/>.

slideshare. (s.f.). <http://www.slideshare.net/anarosamendezfrancisco/factor-tecnologico>. Obtenido de <http://www.slideshare.net/anarosamendezfrancisco/factor->

Social, M. C. (2013). <http://www.desarrollosocial.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/>.

SRI. (s.f.). Libro del futuro Contribuyente.