



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE TECNOLOGIAS**

TÍTULO DEL TRABAJO

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO.**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Tecnólogo en Finanzas

Profesor Guía
Ing. Willman Bravo

Autor
Edison Fernando Arias Viteri

Año
2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Willman Bravo
Ingeniero Comercial
C.I.: 0102839305

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Edison Fernando Arias Viteri

1715486187

RESUMEN

Este proyecto consiste en la creación de una empresa que brinde los servicios de asesoría contable y tributaria, para Pequeñas y Medianas Empresas del sector del Valle de los Chillos, para lo cuál se clasifico en 5 capítulos que son:

- 1) Estudio de Mercado,
- 2) Propuesta Estratégica,
- 3) Estudio Técnico
- 4) Estudio Financiero.
- 5) Conclusiones y Recomendaciones

Cada uno de estos capítulos, muestra información fundamental del desarrollo de este proyecto. Este Proyecto trabajará en una zona específica del Valle de los Chillos, con empresas inscritas en la Superintendencia de Compañías De la Ciudad de Quito. Para su desarrollo fue necesario realizar varios estudios estadísticos mediante investigaciones, encuestas, entrevistas y otros análisis, que nos llevarían si fuera factible a ejecutar dicho proyecto.

ABSTRACT

This project encompasses the creation of an enterprise that provide services of accounting advising and tax accounting for Small and Mid sized Business, located at Valle de los Chillos. The project is organized in five main sections:

- 1) Marketing Research
- 2) Strategic Proposal
- 3) Technical Analysis
- 4) Financial Analysis
- 5) Conclusions and Recommendations

Each section shows fundamental information of the development of this project. The project will work in a specific location at Valle de los Chillos and will be registered

in the Business Administration (SuperIntendencia de Compañías) of Quito. In order to complete this research, it was required to make several statistical analysis through Inquiries, surveys, interviews and other type of analysis that make possible the implementation of this project.

ÍNDICE

Introducción.....	1
1. Capítulo I Estudio de Mercado	2
1.1 Objetivo del Estudio de Mercado.....	2
1.1.1 Objetivo General	2
1.1.2 Objetivo Especifico	2
1.2 Identificación del Servicio	2
1.2.1 Descripción de los elementos a tratar en el E	2
1.2.2 Definición del Servicio	3
1.2.3 Especificaciones del Servicio	3
1.2.4 Servicios Complementarios y Sustitutos.....	5
1.3 Métodos y tipos de investigación	5
1.3.1 Fuentes de Investigación	6
1.4 Alcance y Finalidad del Proyecto	7
1.5 Marco Teórico Conceptual.....	7
1.5.1 Marco teórico	7
1.5.2 Marco Conceptual.....	8
1.6 Cálculo del tamaño de la Muestra	8
1.7 Planificación de la Investigación.....	10
1.7.1 Encuesta Piloto.....	14
1.7.2 Resultado y Análisis de la Encuesta.....	17
1.8 Análisis de la Oferta	27
1.9 Análisis de la Demanda	29
1.10.1 Análisis PEST	29
1.10.2 Descripción de los Métodos para la Estimación ...	40

2. Capítulo II Propuesta Estratégica	48
2.1 Formulación de la Misión y Visión	48
2.2 Principios y Valores Corporativos	50
2.2.1 Principios y Valores	50
2.3 Objetivos Corporativos	51
2.3.1 Financieros	51
2.3.2 De Volumen	51
2.3.3 De Imagen	51
2.4 Análisis de Estrategias	52
2.4.1 Estrategia de Generación de Ventaja Competitiva	52
2.4.2 Estrategia de Enfoque o Alta Segmentación	52
2.4.3 Estrategias de Diferenciación	53
2.4.4 Estrategias de Precio	55
2.4.5 Estrategia de Servicio	56
2.4.6 Estrategia de la Mezcla Marketing Mix	57
3. Capítulo III Estudio Técnico	58
3.1 Introducción	58
3.2 Localización	58
3.2.1 Macro Localización	58
3.2.2 Micro Localización	59
3.2.3 Diseño de la Empresa	61
3.3 Diagrama de Flujo por Servicio	70
3.4 Recursos Materiales	75
3.4.1 Equipo Básico	75
3.4.2 Financiamiento	75
3.5 Ingeniería del Proyecto	76
3.5.1 Tecnología	78
3.5.2 Maquinaria y Equipos	77

3.5.3 Edificio e Infraestructura	78
3.5.4 Manejo del espacio	80
3.5.5 Fotos distribución física	82
3.5.6 Seguridad e Higiene	85
3.5.7 Plan de Seguridad	86
3.5.8 Plan de Higiene	87
3.6 Costo de Operaciones	90
3.6.1 Mano de Obra	90
3.6.2 Materiales Indirectos	90
4. Capítulo IV Estudio Financiero	91
4.1 Introducción	91
4.1.1 Presupuestos	92
4.1.2 Presupuesto de Inversión	94
4.2 Inversión en Activos Fijos	95
4.3 Inversión en Intangibles	96
4.4 Inversión en Capital de Trabajo	96
4.4.1 Costo en Mano de Obra	97
4.4.2 Costo en Indirectos	98
4.5 Presupuesto de Operación	101
4.5.1 Presupuesto de Ingresos	102
4.5.2 Presupuesto de Egresos	103
4.6 Estados Financieros Proforma	104
4.7 Flujo de Caja del Proyecto	105
4.8 Evaluación Financiera	106
4.8.1 Determinación de la tasa de descuento	106
4.9 Criterios de Evaluación	106
4.9.1 Valor presente neto	106
4.9.2 Tasa Interna de Retorno	107

4.9.3 Periodo de recuperación de la inversión	107
5. Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	108
5.1 Conclusiones	108
5.2 Recomendaciones	109

Bibliografía.

Anexos.

Enlaces de Internet .

Introducción.

El estudio del mercado es un procedimiento indispensable en la toma de decisiones para un proyecto de factibilidad; los constantes cambios que actualmente se producen en los mercados proyectan un alto riesgo para cualquier inversión; es cuando toma el papel de importante el estudio comercial, como medida metodológica que en parte minimiza el riesgo.

Procuraremos al inicio de esta etapa realizar las actividades necesarias para explorar con éxito el mercado en dónde operará nuestro proyecto de factibilidad. Investigaremos la oferta existente y la demanda actual de este servicio de asesoría, llegando a determinar pronósticos de venta en base a esta balanza de oferta-demanda; y por supuesto estableceremos la estrategia que cumpla con la rentabilidad esperada satisfaciendo los requerimientos, tendencia y preferencias del mercado segmentado.

CAPITULO I ESTUDIO DE MERCADO

1.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.

1.1.1 Objetivo General.

Nuestro objetivo general es acceder al grupo de potenciales clientes al que captará, servirá y se dirigirá los esfuerzos de mercadeo de este proyecto de factibilidad.

Como podemos evidenciar conceptualmente nuestro mercado meta será el grupo de empresas constituidas y personas naturales, que necesitan el manejo contable y asesoramiento tributario, localizado en el Sector del Valle del Distrito Metropolitano de Quito de la República del Ecuador; mismos que tendrá que ser segmentadas para realizar acciones de marketing puntuales para cada segmento del mercado.

1.1.2 Objetivo Específico.

Realizar un estudio del mercado para identificar los requerimientos, tendencia y preferencias de los prospectos de clientes; que juegan un papel fundamental para elegir esta herramienta de Out sourcing contable, tributaria.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.

1.2.1 Descripción de los Elementos a tratar en el Estudio de Mercado.

En conclusión se entiende como la fabricación de un servicio; entonces nuestro servicio de asesoría contable y tributaria implica la definición de tres elementos:

- **Clientes:** empresas PYMES ecuatorianas que tienen la obligación de llevar contabilidad y requieren aspectos tributarios; quienes son desde ya un factor importante para la fabricación de este servicio.
- **Soporte físico:** es el soporte material necesario para el ensamble del servicio de asesoría contable y tributaria, y para esto se identificará los muebles, maquinarias y la locación, edificación.

El personal de contacto: que serán las personas contratadas por la empresa para brindar el servicio a los potenciales clientes

1.2.2 Definición del Servicio.

Brindar un servicio que preste seguridad en el manejo de sus operaciones contables y tributarias de una forma ágil y segura mediante diferentes opciones e innovaciones, diseñados bajo el concepto personalizado y con los parámetros de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera y las leyes de Tributación Ecuatorianas.

1.2.3 Especificaciones del servicio.

DERECHO SOCIETARIO:

- Constitución de compañías nacionales
- Domiciliación y representación de compañías extranjeras
- Establecimiento de Sucursales a nivel nacional
- Otorgamiento de Poderes Especiales y Generales
- Manejo y constante actualización de los Libros Sociales de su compañía (Nombramientos de Administradores, Actas de Juntas Generales, etc.)
- Aumento de capital
- Disolución, liquidación, fusión, transformación y reactivación de compañías

- Reforma de Estatutos Sociales
- Transferencia de acciones y cesión de participaciones
- Holdings, Joint Ventures, etc.

DERECHO TRIBUTARIO.

- Brindamos asesoría y seguimiento profesional y actualizado para una correcta conducción en lo relativo a declaraciones y pagos de impuestos tanto de la administración central como seccional

ASESORÍA FINANCIERA.

FINANCIERO

- Análisis de Estados Financieros
- Servicio de comisaría.
- Estructuración de portafolios de inversión.
- Cuadros de mando integral.
- Análisis y Planificación presupuestaria.
- Evaluación y elaboración de Flujos de efectivo.
- Valoración de empresas, negocios e inversiones.
- Asesoría y registro contable.
- Asesoría y capacitación tributaria.

Presentación del servicio.

Nuestra empresa estará formada por profesionales en distintas áreas cuyo fin es dar una asesoría y soporte integral a personas naturales, pequeñas y medianas empresas, así como a proyectos y programas que guarden relación con la actividad comercial y empresarial, tanto en el ámbito público como en el privado a nivel nacional.

1.2.4 Servicios Complementarios y Sustitutos

Servicios sustitutos al proyecto:

- Departamentos de contabilidad internos
- Personas naturales que ofertan este servicio

1.3 MÉTODOS Y TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Este proyecto de factibilidad concibe procesos técnicos de investigación ya que partirá de un diagnóstico situacional del macro ambiente y una proyección del micro ambiente; es necesario estudiarlos porque es en dónde operará esta nueva empresa.

CUADRO 1.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

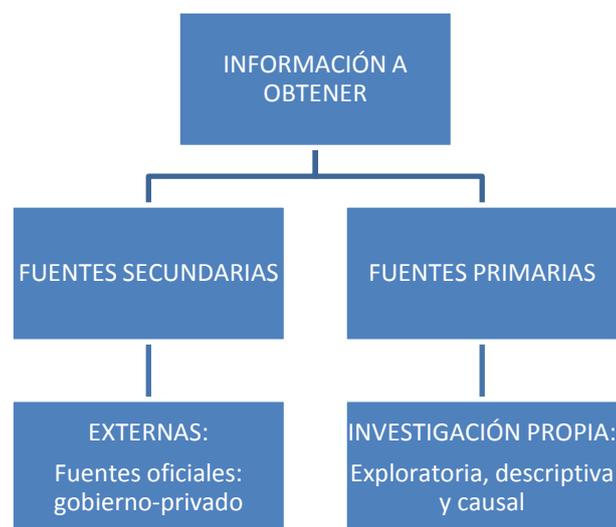
DENOMINACIÓN	TÉCNICA A UTILIZAR
EXPLORATORIA	Cualitativas: <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Observación
DESCRIPTIVA	Cuantitativas: <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas
CAUSAL	Experimentación

FUENTE: NOGALES, Ángel; "INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO"

1.3.1 Fuentes de Investigación.

Como es bien sabido cualquier proceso de investigación sea este experimental o teórico, debe comenzar con la revisión de las fuentes documentales de nuestro objeto de estudio. Lo cual nos va a permitir conocer qué aspectos han sido estudiados de nuestro objeto de investigación, desde qué diferentes perspectivas se han enfocado la propuesta a investigar, limitaciones encontradas por el investigador a la hora de abordar su problemática, instrumentos diseñados y construidos para su observación y análisis, diferentes alternativas movilizadas para su estudio, cuáles han sido las aplicaciones prácticas y teóricas de los resultados encontrados, o qué recomendaciones realizan los investigadores para enfocar estudios posteriores. Básicamente las fuentes en las que el proyecto se apoyará en esta etapa de diagnóstico son:

ORGANIGRAMA 1.1 FUENTES DE INFORMACIÓN



FUENTE: NOGALES, Ángel; "INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO"

1.4 ALCANCE Y FINALIDAD DEL PROYECTO.

Un proyecto de factibilidad es un proceso de aproximaciones encadenadas, donde se define el problema por resolver; para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones.

Para que un proyecto de inversión se concrete, es necesario que exista un problema a resolver, una necesidad a satisfacer o simplemente una oportunidad de negocio a aprovechar; aspectos que se pretende solucionar o cubrir con la ejecución; importante es también puntualizar que este proyecto debe demostrar rentabilidad por la inversión de los recursos que se necesitará.

En otras palabras las personas comprometen sus recursos económicos en un determinado proyecto, siempre y cuando estén razonablemente seguras de recibir, después de un determinado período, un excedente en términos de valor actual; y precisamente esto es lo que el PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO EN EL SECTOR DEL VALLE DE LOS CHILLOS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PARA EL AÑO 2010-2011, debe demostrar con sus proyecciones.

1.5 MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL.¹

1.5.1 Marco Teórico.

Para que un proyecto se realice es importante conocer algunas definiciones y conceptos que se tiene que poner en práctica para cualquier plan de negocios ya que todo proyecto lleva un riesgo, el cual hay que cuidar para lograr su ejecución, por lo que a continuación enfocaré varias definiciones y conceptos pertinentes al proyecto

¹ <http://www.google.com>

realizado en esta tesis y que considero necesario para su desarrollo; “Remitirse al anexo 1”.

1.5.2 Marco Conceptual².

Las definiciones que prioritariamente debemos tener en cuenta son las siguientes; “Remitirse al anexo 2

1.6 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

De esta manera podremos obtener información de un conjunto de empresas de este mercado potencial que son representativos para poder generalizar los datos recolectados; esto nos brinda una gran ventaja al evitar el tener que encuestar a todo el universo obtenido luego de la segmentación realizada; para llevarlo a cabo se fundamentará en métodos estadísticos que nos lleven a determinar el tamaño de la muestra a investigar. El universo de nuestro mercado potencial son empresas PYMES del sector del Valle de los Chillos del Distrito Metropolitano de Quito, identificadas ya en la página web de la Superintendencia de Compañías; como nos interesa el total de empresas segmentadas el criterio estadístico para determinar el tamaño de la muestra es:

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos.

² <http://www.google.com>

Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

Fórmula:

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

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son: (1-1)

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. Ejemplos:

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

Nivel de confianza: 95 %

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Cálculo muestral:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 166}{(0.045^2 * (166 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

(1-2)

$$n = \frac{159.4264}{1.294525}$$

$$n = 123.1543616 \cong 123$$

(1-3)

La investigación a realizarse será en 123 empresas PYMES del sector del Valle de los Chillos

1.7 PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN³.

El plan de investigación conlleva determinar las necesidades del proyecto a investigar, y de ellas las respectivas actividades a realizar con sus concernientes resultados.

³ Investigación de mercados, David A. Aker y George S. Day; tercera edición

GRAFICO 1.1 FLUJO DE LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA ELABORADO POR: EDISON ARIAS

¿Qué datos reunir?: es puntualizar lo que el proyecto de factibilidad necesita saber de sus potenciales clientes-empresas:

- La contabilidad y las actividades tributarias, como las llevan
- Qué software contable piensan que es el mejor
- Han planificado la incorporación de las NIIF, NIC

- Les gustaría mantener sus balances al día
- Le agradecería tener un asesor contable y tributario con experiencia demostrada
- Cuál es el gasto que le genera los controles contables y tributarios
- Estaría dispuesto a acoger a un representante de su asesor contable y tributario en su empresa
- Cree que sería táctico contratar una empresa que realice toda acción administrativa y laboral, que se generan por las áreas contables y legales.
- Qué servicios contables y tributarios usted necesitaría

¿Cómo obtener los datos?: se determino que las técnicas a utilizar serán las encuestas y entrevistas; debido a su largo alcance, agilidad y bajo costo.

¿Dónde obtener los datos?: el levantamiento de la información será directo; es decir, el tomar contacto con las empresas seleccionadas en la muestra; puede ser con visitas personales o telefónicas, o mediante la Internet.

Diseño de la encuesta: es la metodología cuantitativa más utilizada⁴ para obtener información primaria la cual nos brindará información específica, rapidez, una fácil aplicación, presupuesto flexible.

El diseño estructural del cuestionario con el cual se aplicara la encuesta tiene que cumplir con todos los datos que se debe conocer de los potenciales clientes; la siguiente es la propuesta:

⁴ INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO; FERNANDEZ NOGALES Ángel; Escuela superior de Gestión comercial y marketing, capítulo 4, página 97

CUADRO 1.2 TIPOS DE PREGUNTAS

TIPO	CLASE PREGUNTA
POR FORMATO DE RESPUESTAS	ABIERTA
	CERRADA:
	DICOTÓMICA,
	MULTICOTÓMICA
	MIXTA

FUENTE: INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO; FERNÁNDEZ NOGALES

1.7.1 Encuesta Piloto.

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS QUITO – ECUADOR

ENCUESTA

No.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO

RAZÓN SOCIAL Y CONTACTO: TELÉFONO:
CIUDAD: DIRECCIÓN:
UNIVERSO: POBLACIÓN VALLE DE LOS CHILLOS SEGMENTO:
PYMES

Muchas gracias por su valioso aporte, su criterio es importante para este proyecto. Por favor LEA detenidamente y seleccione las opciones que considere. Excelente día.

1. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS ES LA QUE USTED UTILIZA PARA LLEVAR SU CONTABILIDAD Y ACCIONES TRIBUTARIAS?

- Área propia Empresa contratada
- Asesor event Persona natural

2. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A CONTRATAR LOS SERVICIOS DE ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA DE UNA EMPRESA DE EXPERIENCIA Y DOMICILIADA EN QUITO?

- SI NO

3. ¿CUÁL ES EL GASTO EN EL QUE USTED INCURRE CADA MES PARA LLEVAR CONTABILIDAD Y ACTIVIDADES TRIBUTARIAS EN SU EMPRESA?

- De \$100 a 500
- De \$501a 1000

De \$1001 en adelante

4. ¿QUÉ SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS Y ADMINISTRATIVOS-LABORALES; DESEARÍA TERCIALIZAR

CONTABLES	TRIBUTARIOS	ADMINISTRATIVOS - LABORALES
Inicio de contabilidades	Anexos transaccionales	Presentación de estados financieros a la SuperCías
Actualización de contabilidad	Anexos retención	Pago impuesto 1.5 por 1000 activos fijos
Implementación de procesos	Anexos relación dependencia	Presentación formulario ministerio trabajo
Llevar la contabilidad	Anexos gastos personales	Legalización de actas de finiquito
	Declaración patrimonial	Legalización de contratos de trabajo
	Iva, retención fuente	Liquidación de haberes
	Declaración impuesto renta	Control interno de Activos fijos
	Devolución IVA	Control interno de Inventarios
	Devolución Impuesto Renta	Control interno de cuentas por cobrar
	Trámites SRI	Control interno de cuentas por pagar
		Control interno de Tesorería

5. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES SOFTWARE CONTABLES CREE QUE ES MEJOR?

Safi

Mónica

T-max-Plus

Otros: _____
(Especifique)

6. ¿ESTARÍA DISPUESTO A QUE UNA PERSONA DE LA EMPRESA QUE LE BRINDA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA TRABAJE EN SUS INSTALACIONES, ACOGIÉNDOSE A SUS NORMAS?

SI

NO, por qué: _____

7. ¿ESTA PREPARADO PARA APLICAR LAS NIIF, NIC, EN SU EMPRESA? POR QUÉ.....

SI

NO

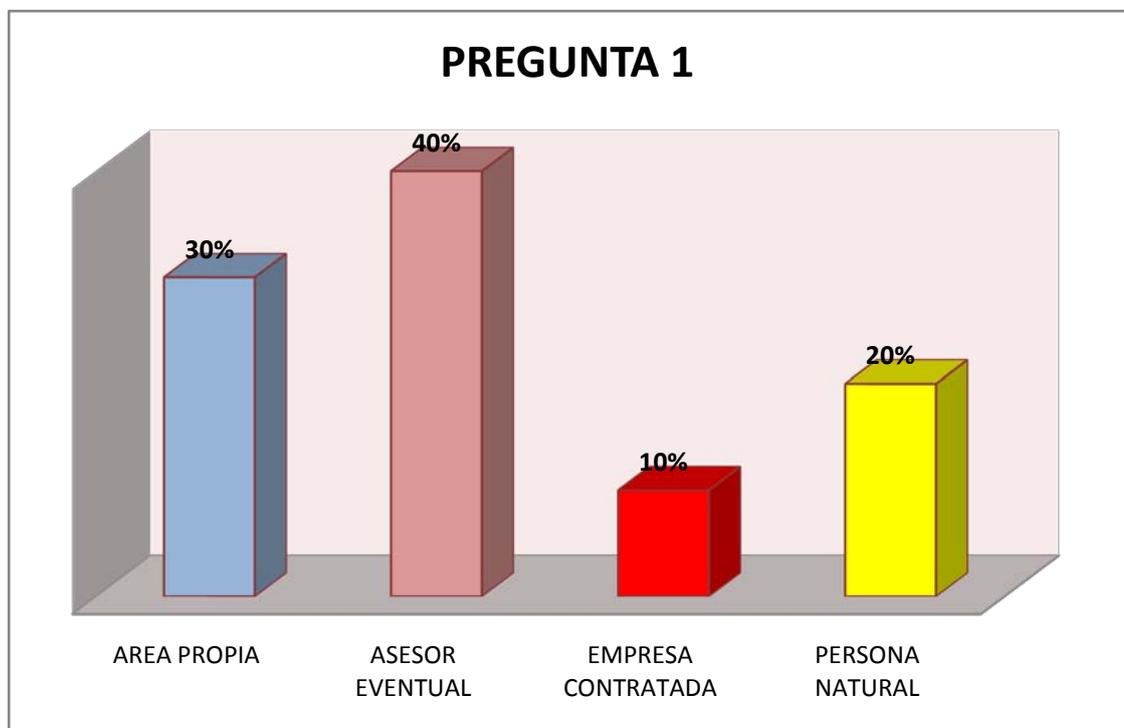
-----fin-----

1.7.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.

PRIMERA PREGUNTA:

¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS ES LA QUE USTED UTILIZA PARA LLEVAR SU CONTABILIDAD Y ACCIONES TRIBUTARIAS?

GRAFICO 1.2 PRIMERA PREGUNTA



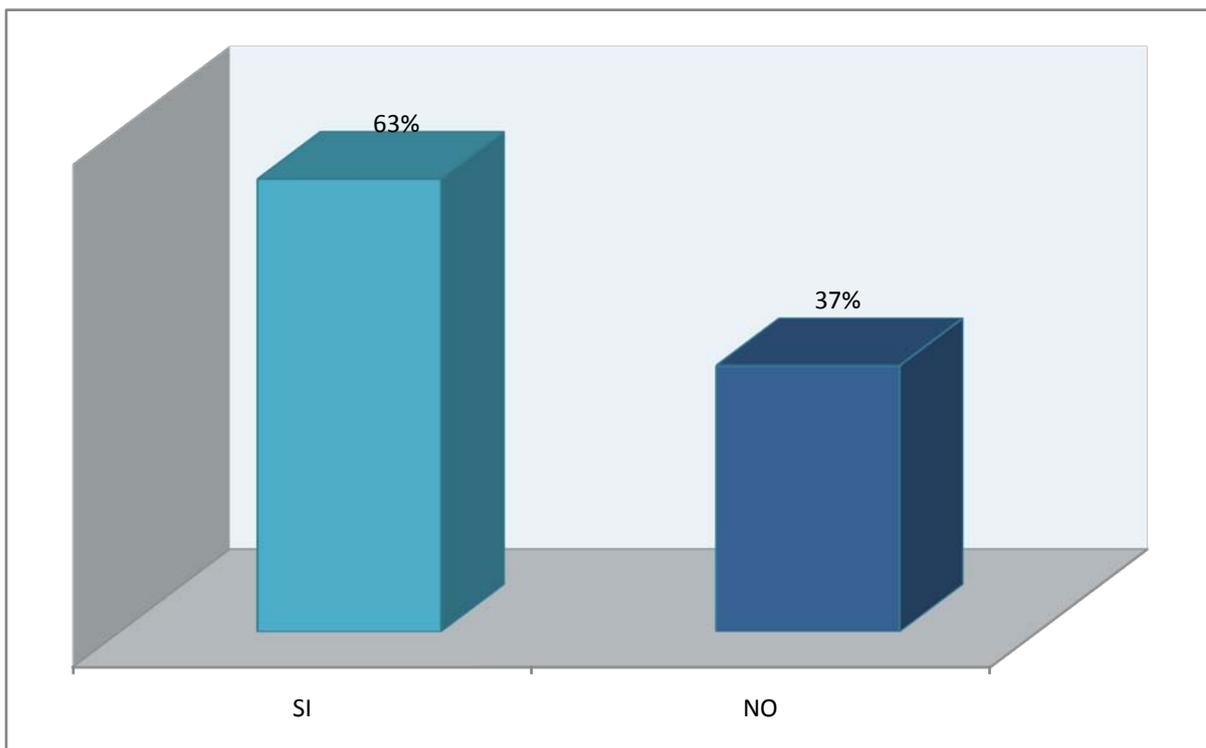
El objetivo de plantear esta pregunta fue determinar la posibilidad de captar clientes que necesiten contratar este servicio; como conclusión de las respuestas obtenidas podemos citar que existe un porcentaje interesante 70% (40% asesor eventual, 10% empresas contratadas, 20% personas naturales); de empresas que no mantienen áreas de contabilidad internas y tercerizan de alguna manera este servicio; esta consecuencia es alentadora para determinar la potencial demanda de nuestro proyecto de factibilidad.

Según los análisis, de las 123 empresas investigadas tenemos un mayor porcentaje de probables clientes como asesoría eventual.

SEGUNDA PREGUNTA:

¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A CONTRATAR LOS SERVICIOS DE ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA DE UNA EMPRESA DE EXPERIENCIA Y DOMICILIADA EN QUITO?

GRAFICO 1.3 SEGUNDA PREGUNTA

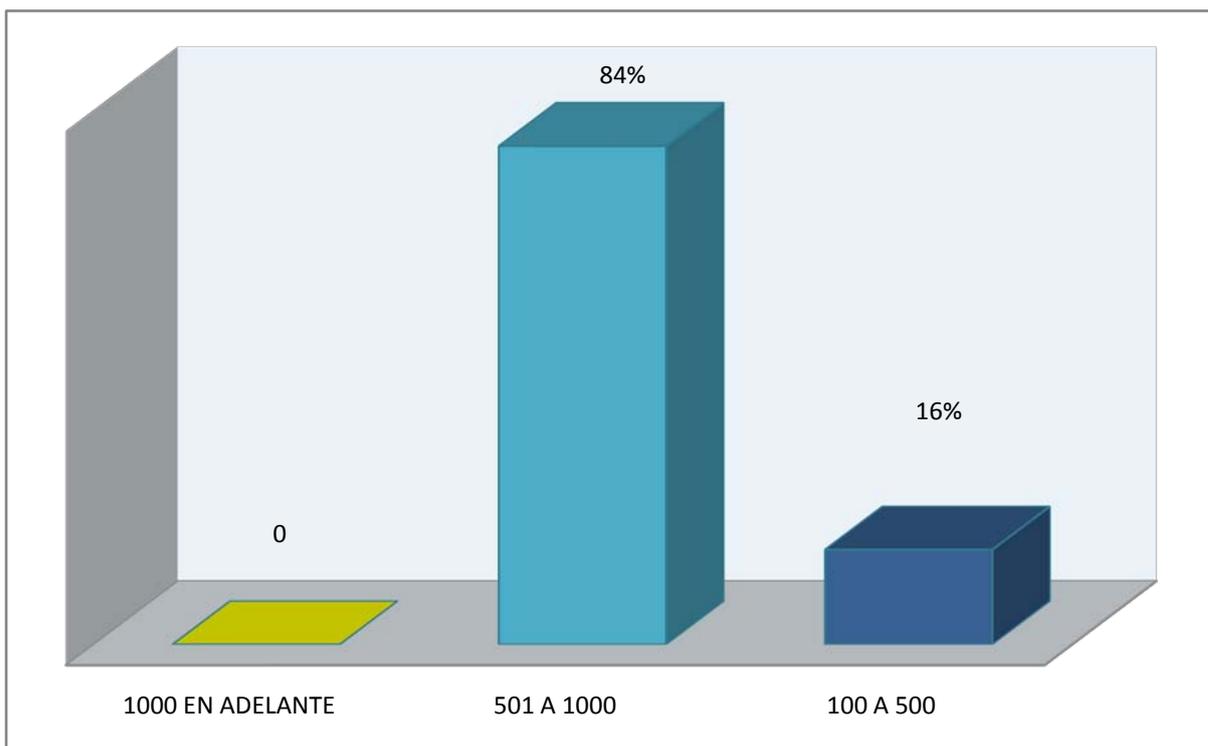


El 63% de empresas de la muestra estudiada interpreta positivamente la potencial contratación de una empresa que lleve sus asuntos contables y tributarios; este porcentaje es coherente con la pregunta anterior; vamos evidenciando a través de nuestro tratado una tendencia empresarial marcada en la tercerización de servicios, es decir las organizaciones se están enfocando a su giro de negocio y las actividades de apoyo las subcontratan con terceros.

TERCERA PREGUNTA:

¿CUÁL ES EL GASTO EN EL QUE USTED INCURRE CADA MES PARA LLEVAR CONTABILIDAD Y ACTIVIDADES TRIBUTARIAS EN SU EMPRESA?

GRAFICO 1.4 TERCERA PREGUNTA



Podemos ir identificando cual sería el precio por la contratación total de nuestro potencial servicio; este criterio de aceptación del precio nos permite identificar dos aspectos importantes para nuestro proyecto de factibilidad, a saber:

- Que el servicio que debemos brindar es en conjunto; es decir contable y tributario; por esto están dispuestos a pagar.
- La banda de precios por la prestación de servicios tributarios contables oscila entre 500.00 a 1,000.00 dólares por mes.

CUARTA PREGUNTA:

CONTABLES	TRIBUTARIOS	ADMINISTRATIVOS LABORALES	-
-----------	-------------	------------------------------	---

Inicio de contabilidades	4%	Anexos transaccionales	18%	Presentación de estados financieros a la SuperCías	7%
Actualización de contabilidad	39%	Anexos retención	16%	Pago impuesto 1.5 por 1000 activos fijos	8%
Implementación de procesos	24%	Anexos relación dependencia	4%	Presentación formulario ministerio trabajo	9%
Llevar la contabilidad	32%	Anexos gastos personales	4%	Legalización de actas de finiquito	10%
		Declaración patrimonial	6%	Legalización de contratos de trabajo	9%
		Iva, retención fuente	7%	Liquidación de haberes	10%
		Declaración impuesto renta	9%	Control interno de Activos fijos	9%
		Devolución IVA	8%	Control interno de Inventarios	9%
		Devolución Impuesto Renta	9%	Control interno de cuentas por cobrar	9%
		Trámites SRI	19%	Control interno de cuentas por pagar	10%
				Control interno de Tesorería	9%

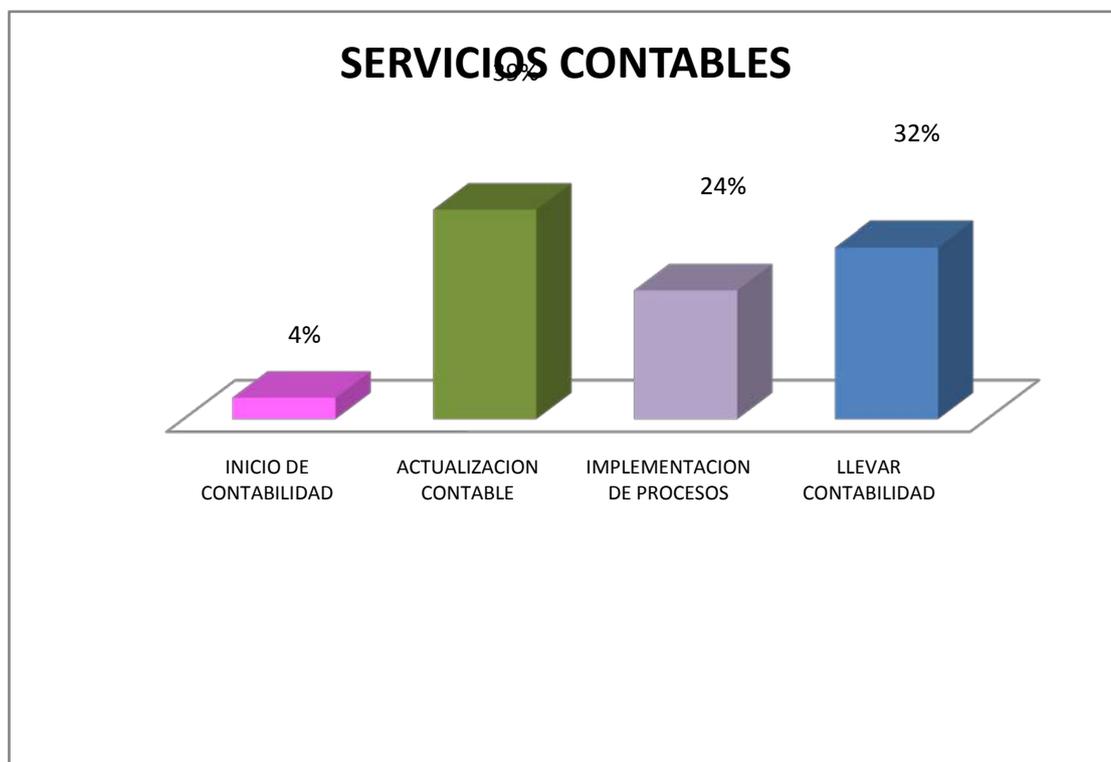
¿QUÉ SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS Y ADMINISTRATIVOS-LABORALES; DESEARÍA TERCIALIZAR?

CUADRO 1.3 CUARTA PREGUNTA

Iniciamos a definir y ensamblar el servicio que esta potencial compañía ofertará al mercado empresarial ecuatoriano; son tres ejes transversales del servicio: lo contable, lo tributario y necesariamente se complementará con trámites administrativos y laborales que se pudieren

ejecutar por las mismas acciones de las dos primeras y con mismos costos.

GRAFICO 1.5 CUARTA PREGUNTA



En lo **contable** esta dicho que la necesidad de actualizaciones de contabilidad es la más solicitada, pudiendo ser por cuestion cultural el dejar las situaciones para el último; brindaremos un servicio que potencialice en su etapa de difusión el llevar la contabilidad al día. La implementación de procesos contables y el llevar la contabilidad son parte de esta línea de servicios; y finalmente con muy bajo porcentaje de aceptación esta el inicio de la contabilidad 4%, esto es lógico porque son empresas constituidas y que ya llevan contabilidad.

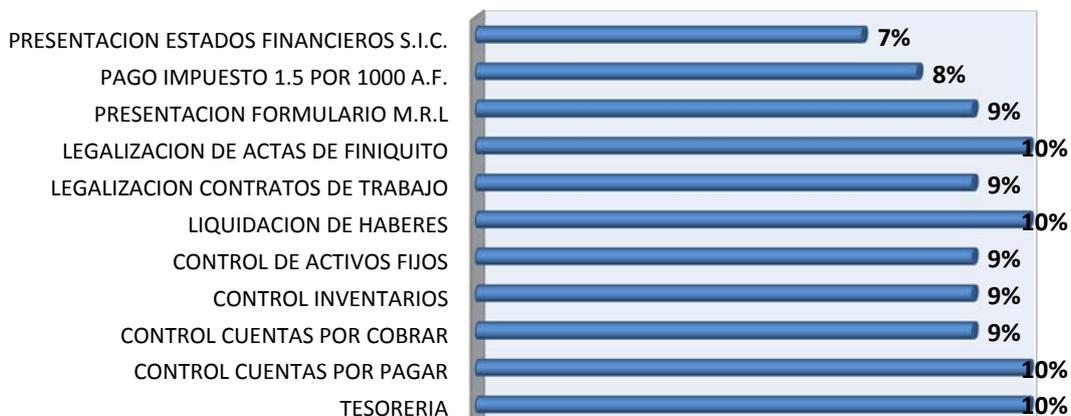
GRAFICO 1.6 CUARTA PREGUNTA



El eje del servicio **tributario** nos refleja con mayor aceptación los tramites que involucran al servicio de rentas internas SRI 19%, anexos transaccionales 18% y 16% anexos de retencion a la fuente; los demás servicios tributarios fluctua una aceptación entre el 4 al 9%; por tal motivo se los integraría en un solo grupo de servicios.

GRAFICO 1.7 CUARTA PREGUNTA

SERVICIOS ADMINISTRATIVOS LABORALES

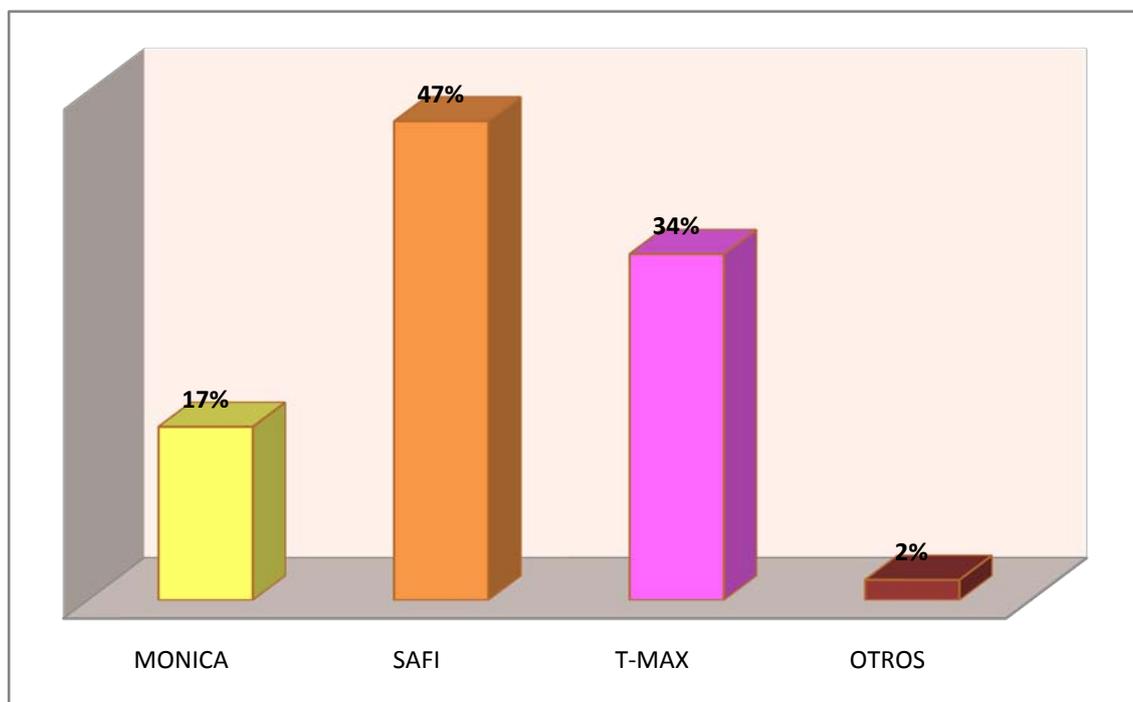


Como valor agregado y asistencia diferencial se implementará la línea de servicio **administrativo-laboral** que incluirá algunos trámites relacionados con las dos líneas principales de esta empresa; está dicho que la aceptación es marginal ya que el porcentaje está entre 7 al 10 % de cada trámite estipulado en la encuesta; los costos de ejecución de estos trámites planteados son mínimos pudiéndose convertir como una estrategia promocional: servicio sin costo para el potencial cliente.

QUINTA PREGUNTA:

¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES SOFTWARE CONTABLES CREE QUE ES MEJOR?

GRAFICO 1.8 QUINTA PREGUNTA

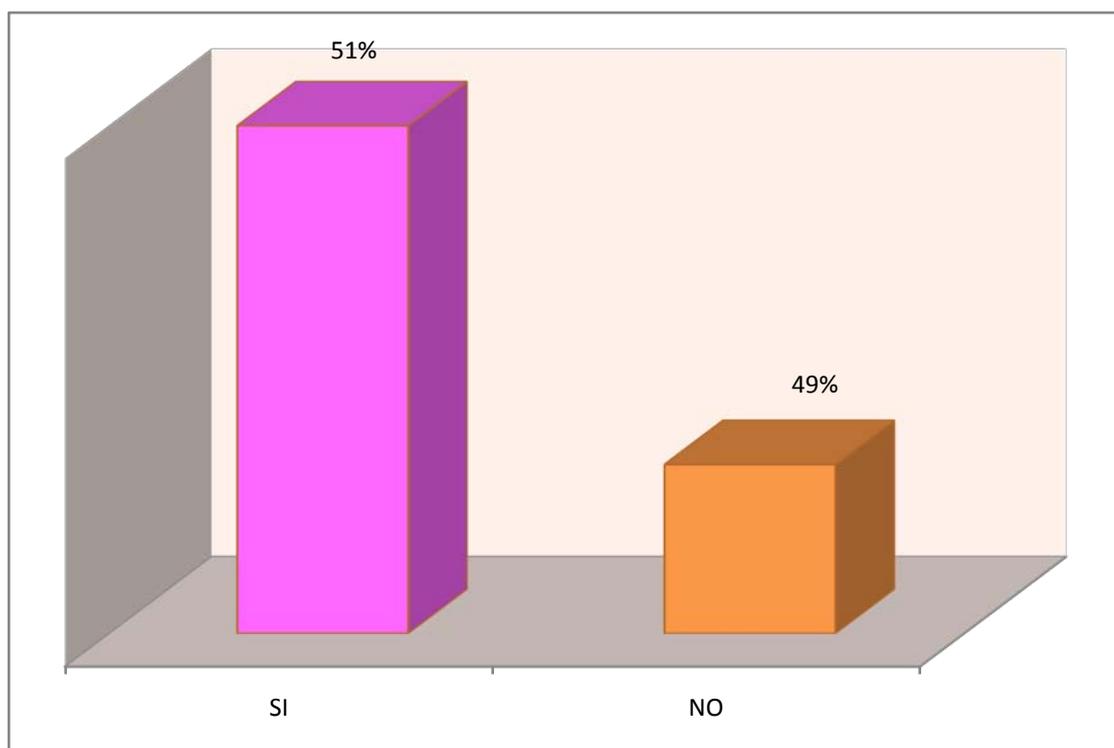


Entre los programas contables de mayor aceptación están el Safi y T-Max con el 81%; lo que nos recomienda estudiar la posibilidad de manejarnos con esos software, para satisfacer la preferencia de los potenciales clientes; posteriormente cotizaremos estos programas.

SEXTA PREGUNTA:

¿ESTARÍA DISPUESTO A QUE UNA PERSONA DE LA EMPRESA QUE LE BRINDA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA TRABAJE EN SUS INSTALACIONES, ACOGIÉNDOSE A SUS NORMAS?

GRAFICO 1.9 SEXTA PREGUNTA

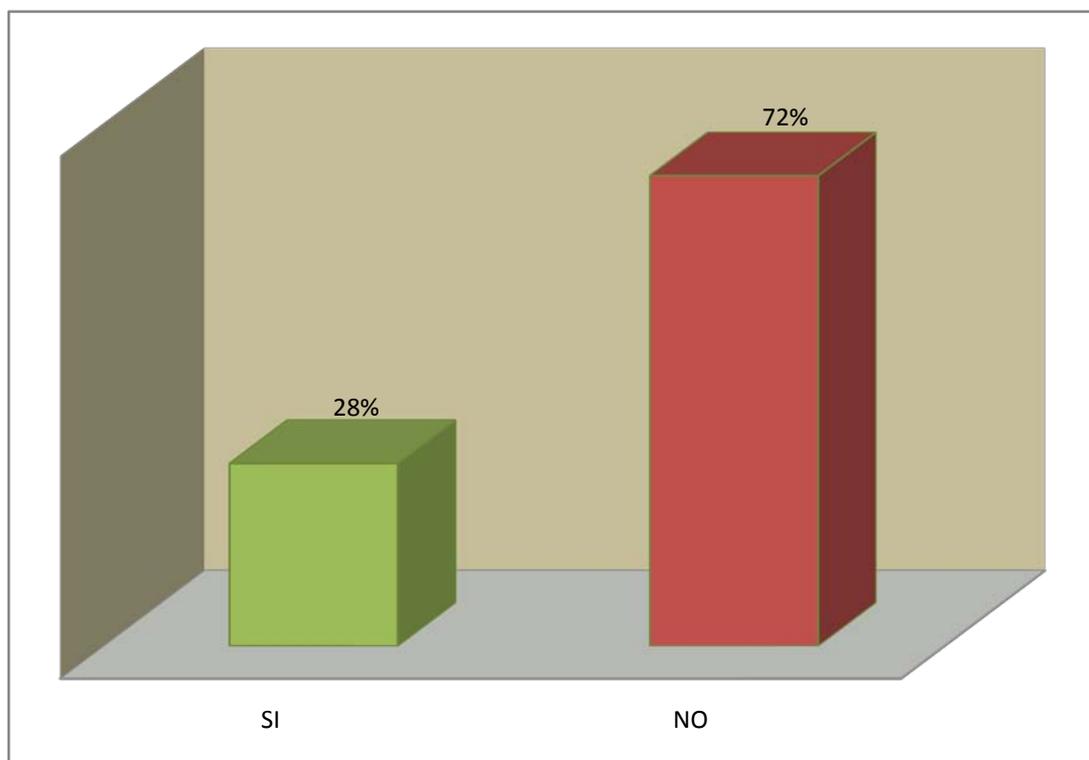


La aceptación es compartida, tendríamos que reforzar en la difusión, cuán importante es que mantengamos una persona de nuestra empresa o a su vez dar la alternativa que destinen a alguien para que realice la alimentación de información y generación de reportes para realizar nuestro servicio eficientemente. Básicamente la negación fue por espacio físico.

SÉPTIMA PREGUNTA:

¿ESTA PREPARADO PARA APLICAR LAS NIFF, NIC, EN SU EMPRESA? POR QUÉ.....

GRAFICO 1.10 SÉPTIMA PREGUNTA



El 72% de la muestra encuestada indica que las empresas no están preparadas para la migración e implementación de las NIFF, NIC; lo que nos da una visión de que nuestros procesos y servicios tienen que necesariamente incluir estas normas. Extractando las razones por las que no están preparadas para la implementación de estas normas podemos indicar:

- Descuido 47%
- Desconocimiento 43%
- Falta de tiempo y otras 10%

1.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

El determinar un referencial competitivo será un apoyo para poder conjugar acciones tácticas que garanticen la captura de cuentas y evidentemente los ingresos que este proyecto demandarán para su mantenimiento y rentabilidad.

Aprovechando la experiencia acumulada de los oferentes existentes y dedicados a este giro de negocio podremos rescatar el camino recorrido a nuestro favor.

Para mejorar la oferta de los servicios se presenta un procedimiento:

- 1º. Ofertar el servicio de asesoría contable y tributaria.
- 2º. Recibir en la empresa las demandas del servicio de asesoría contable y tributaria.
- 3º. Priorizar las demandas del servicio de asesoría contable y tributaria de acuerdo con los criterios que a continuación se enumeran
- 4º. Tramitar las demandas del servicio
- 5º. Conocer la evaluación del servicio

Para lo cual:

- 1º. En el seno de la empresa se selecciona los consultores más convenientes para cada intervención desde criterios técnicos
- 2º. Coordinar y gestionar el servicio de asesoría contable y tributaria
- 3º. Dotar de apoyo a los nuestros profesionales
- 4º. Diseñar y organizar procesos formativos, teóricos y en prácticas, complementarios para el aprendizaje continuo de nuestros profesionales

5°. Evaluar e informar de la gestión tanto al Equipo de Gerentes como a la Junta Directiva

De los costes indirectos del Servicio de asesoría contable y tributaria, del mantenimiento y de las actividades de la empresa, en lo que se refiere a gestión, reuniones de coordinación, formación, apoyo a los profesionales contables y financieros se hace cargo íntegramente la empresa, como así lo hace con otros proyectos estratégicos.

De los costes directos del Servicio, la entidad cliente del mismo asumirá:

La estancia y manutención de los consultores cuando sean necesarias.

El abono de aportaciones económicas que se establecerán en función del número de horas de intervención presencial de los consultores.

La empresa asumirá:

El desplazamiento del personal que brindara nuestro servicio.

La aportación económica a la entidad de la que depende el consultor por los días invertidos en la acción del servicio.

A continuación podemos visualizar información que nos ayuda a tener una idea de los oferentes en el mercado de nuestra ciudad.

CUADRO 1.4 LA OFERTA DE LAS EMPRESAS EN LA CIUDAD DE QUITO

EMPRESA	NUMERO DE CLIENTES Y/O EMPRESAS QUE CAPTURA (CARTERA DE CLIENTES)
ASESORÍA CONTABLE, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA	28
CASTRO MORA ASOCIADOS AUDITORES Y CONSULTORES	30
E-CAF SOFTWARE DE GESTIÓN Y CONTROL DE ACTIVOS FIJOS	25
GAMARRA ASOCIADOS	19
ASESORÍA ECONÓMICA Y FINANCIERA	34
AVALUAC	23
OTRAS AFINES	19
TOTAL	178

Fuente: Superintendencia de Compañías

178 corresponden a las empresas que solicitaron el servicio en un año, nuestra empresa pretende a captar 72 empresas que están en el rango de pequeñas y medianas empresas.

1.9 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

1.10.1 Análisis PEST.

El análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico) nos ayuda a determinar las influencias del entorno que han sido especialmente importantes en el pasado para el sector de servicios contables y tributarios; y saber hasta qué punto ocurren cambios que las pueden hacer más o menos significativas en el futuro. Este tipo de herramientas son de pertinencia para el análisis del sector y, en este caso, nos permitirá esquematizar la información desarrollada a lo largo del presente para entender cuáles son las estrategias que existen.

CUADRO 1.5 ANÁLISIS PEST

ANÁLISIS PEST	
POLÍTICO	ECONÓMICO
Definir que decisiones políticas afectan al Proyecto de factibilidad: <ul style="list-style-type: none"> • Ecuador y las Normas Internacionales de Información Financiera • Constitución de empresas 	Investigar que indicadores financieros debe estudiarse para este proyecto: <ul style="list-style-type: none"> • Inflación • Tasas bancarias • Riesgo país • Estructura empresarial ecuatoriana
SOCIAL	TECNOLÓGICO
Gustos, tendencias y preferencias del potencial cliente: <ul style="list-style-type: none"> • Cultura tributaria y contable en el Ecuador 	La Tecnología necesaria para esta empresa: <ul style="list-style-type: none"> • Identificar software contable actualizado y operativo

Fuente: MANUAL DE DERECHO SOCIETARIO, C.C.Q

POLÍTICO:

Ecuador y las Normas Internacionales de Información Financiera:

La Superintendencia de Compañías, es el ente regulador de las empresas ecuatorianas, adoptó como resolución las Normas Internacionales de Información Financiera como herramienta de comunicación financiera de las empresas de la República del Ecuador; por tal motivo nuestra potencial empresa tiene que conocer en absoluto estas normas ya que es parte crucial del servicio que brindará a la comunidad empresarial ecuatoriana; razón por la cual investigaremos como está este proceso migratorio de información.

A continuación se adjuntara un extracto de la resolución y aplicación de estas normas en el País; obtenida en sitio oficial de la Superintendencia de Compañías; “Remitirse al anexo 3”.

Como ya se puntualizo toda esta normatividad actual tiene que ser de conocimiento de este proyecto ya que cuando se lleve la contabilidad de empresas ecuatorianas tenemos que manejar esta herramienta; pero es preciso entender en sí que son estas normas.

El proceso de globalización de la economía ha impuesto a las empresas, entre otras necesidades, la de lograr un alto grado de **comparabilidad** de la información financiera en el ámbito internacional. La armonización en esta materia, junto con mayores niveles de transparencia, constituye un instrumento imprescindible para lograr una mayor calidad en **la información financiera** disponible para los distintos usuarios y grupos interesados, para una toma de decisiones más fundamentada por parte de los inversores, en beneficio de un funcionamiento más eficiente de los mercados. Las **NIIF** ó **Normas Internacionales de Información Financiera** son elaboradas desde 1973 por el IASC (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad) posterior IASB desde 2001 (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad) en aras a desarrollar normativa clara y de fácil aplicación en lo referente a las normas de valoración aplicables a cuentas anuales y consolidadas de determinadas formas sociales, bancos y otras entidades financieras. Las **NIC - Normas Internacionales de Contabilidad**, son en definitiva un conjunto de normas que establecen la información que debe presentarse y cómo se presentaran en los estados financieros y contables.

Derecho Societario, constitución y características de una Compañía de Sociedad Anónima⁵:

La Sociedad Anónima está regulada a partir del Art. 143 de la ley de Compañías; el capital dividido en acciones negociables está formado por aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones; la denominación deberá contener la indicación de compañía anónima o sociedad anónima o las correspondientes siglas. Para efectos tributarios y fiscales esta compañía es una sociedad de capital.

Para efectos de constitución se requiere de al menos dos accionistas con la limitante de que no podrán ser cónyuges, ni padres e hijos no emancipados; el capital mínimo será el que determine la Superintendencia de Compañías, actualmente es de 800,00 USD

ECONÓMICO:

Como proyecto de factibilidad es importante determinar la Inflación del país, las tasas bancarias, el riesgo país; para determinar una tasa con la cual se descontará el proyecto para su respectivo análisis financiero de factibilidad; por tanto se investigará mencionados indicadores económicos con la fuente secundaria externa del Banco Central del Ecuador.

Inflación:

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento. Desde la perspectiva

⁵ MANUAL PRACTICO DE DERECHO SOCIETARIO, Cámara de Comercio de Quito

teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc.), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida. Adicionalmente, no se trata sólo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios.”⁶

El estudio del proceso inflacionario de nuestro país es de utilidad para este proyecto de factibilidad porque tiene afectación directa a las proyecciones que se realizarán para cinco años, mediano plazo, para calcular la tasa de descuento con la que se ajustará la información para

⁶ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

someterla a un análisis más riguroso al proyecto se razona la inflación actual.

A continuación está un cuadro obtenido en la página web del Banco Central del Ecuador con las variaciones de este indicador macroeconómico desde el segundo semestre del 2008 hasta el primer semestre del año en curso.

TABLA 1.1 INFLACIÓN MENSUAL Febr2011/Mar2009

FECHA	VALOR
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %
Septiembre-30-2010	3.44 %
Agosto-31-2010	3.82 %
Julio-31-2010	3.40 %
Junio-30-2010	3.30 %
Mayo-31-2010	3.24 %
Abril-30-2010	3.21 %
Marzo-31-2010	3.35 %
Febrero-28-2010	4.31 %
Enero-31-2010	4.44 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	4.02 %
Octubre-31-2009	3.50 %
Septiembre-30-2009	3.29 %
Agosto-31-2009	3.33 %
Julio-31-2009	3.85 %
Junio-30-2009	4.54 %
Mayo-31-2009	5.41 %
Abril-30-2009	6.52 %
Marzo-31-2009	7.44 %

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORADO POR: BOLETÍN ESTADÍSTI

Tasas de interés bancario:

Un cálculo de intereses sobre un depósito colocado en el banco es uno de inventos más curiosos de la humanidad, se puede suponer que el cálculo de intereses sobre un dinero colocado aparece en la época antigua al mismo tiempo con la aparición de dinero. En la época antigua cuando por todos lados se practicaba un intercambio natural, los primeros créditos se daban con trigo. Por ejemplo uno de campesinos o terratenientes le daba al otro una cesta de trigo y pedía que se le devolviera la cesta pero más grande.

Las actividades de banqueros (gente que daba dinero a préstamo), convirtió el “intereses” en uno de los fenómenos más importantes en la vida moderna; en aquel entonces los intereses eran un fenómeno muy conflictivo. El cobro de intereses no salió de la vista de filósofos antiguos griegos y la visión negativa que dieron, ejerció una influencia fuerte en la actitud que hubo en Europa y el Mundo Árabe en la época de la Edad Media.

Actualmente todos los depósitos hechos con fines de guardar y aumentar dinero, se podrá darles una clasificación así:

- Depósitos sin plazo fijo (depósitos de pedido) -son depósitos que pueden ser pedidos en cualquier momento por cliente;
- Depósitos de plazo fijos (ahorros que colocan los bancos para un tiempo fijo, determinado anteriormente) -son depósitos que se colocan en el banco a un tiempo determinado, a un año, por ejemplo;

Sobre los depósitos sin plazo fijo los bancos suelen pagar intereses bajos ó no los pagan como tal. Unos bancos que tienen tradiciones de

muchos siglos y atienden a una clientela grande y permanente, inclusive piden un cobro nada más por administrar cuentas. Por una parte se hace por una razón de que los bancos se encargan de operaciones de pago de sus clientes. Al mismo tiempo existe otra explicación a lo mismo: depósitos sin plazo fijo no les dan a los bancos la posibilidad de colocarlos y administrar durante un tiempo continuo. Aparte al aceptar ahorros los bancos obtienen ciertos riesgos: económicos, políticos, legales, inflación, etc. También incurren en gastos para mantener a empleados, abogados, departamento de impuestos, etc.

El segundo grupo de depósitos lo forman “depósitos de plazo fijo”. Estos se abren para un periodo de tiempo de no menos de un año. En este caso se propone un interés más alto, **tasa pasiva**, que depende, como regla, del plazo de ahorro y cantidad de dinero colocado. Los bancos tienen posibilidad de colocarlos y administrar durante un tiempo continuo.

Cabe señalar que los bancos seguros, como regla, dan intereses, tasas pasivas, no altos sobre los depósitos de clientes. En caso dado interés bajo se compensaba con una seguridad grande del banco y un nivel alto de servicio.

En caso contrario cuándo se pide prestado al banco dinero para distintas razones el interés que se genera es la conocida **tasa activa**, siendo más alta que la anterior.

Es básico estudiar el desenvolvimiento de las tasas de interés bancario ya sea para mediarla como un costo de oportunidad o de ser el caso un requerimiento de crédito para la implantación y funcionamiento de éste proyecto de factibilidad; para lo expuesto nos remitimos a las fuente oficial de estas cifras de nuestro País.

Riesgo País:

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JP Morgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El EMBI se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

TABLA 1.2 RIESGO PAÍS

FECHA	VALOR
Marzo-25-2011	784.00
Marzo-24-2011	791.00
Marzo-23-2011	797.00
Marzo-22-2011	797.00
Marzo-21-2011	798.00
Marzo-18-2011	806.00
Marzo-17-2011	810.00
Marzo-16-2011	813.00
Marzo-15-2011	802.00
Marzo-14-2011	788.00
Marzo-11-2011	782.00
Marzo-10-2011	782.00
Marzo-09-2011	758.00
Marzo-08-2011	753.00
Marzo-07-2011	762.00
Marzo-04-2011	756.00
Marzo-03-2011	743.00
Marzo-02-2011	756.00
Marzo-01-2011	761.00
Febrero-28-2011	759.00
Febrero-25-2011	756.00
Febrero-24-2011	753.00
Febrero-23-2011	754.00
Febrero-22-2011	758.00
Febrero-21-2011	744.00
Febrero-18-2011	744.00
Febrero-17-2011	744.00
Febrero-16-2011	735.00
Febrero-15-2011	751.00
Febrero-14-2011	763.00

Estructura empresarial ecuatoriana:

La economía de un país basa su accionar en el movimiento de los flujos de dinero que se genera; siendo las empresas de toda índole las responsables de estos movimientos monetario con el trabajo de sus habitantes; nuestro proyecto pretende brindar un servicio hacia estas empresas generadoras de riquezas; por tal razón hay que identificar la estructura empresarial del sector del Valle de los Chillos de nuestro Ecuador.

SOCIAL:

En el aspecto social-cultural podemos identificar que en el país no existe una cultura tributaria y de orden contable, situación que en la actualidad el Estado pretende cambiar; la ley faculta al estado a recaudar tributos de la sociedades económicamente activas; pero para el Servicio de rentas internas son sociedades: “El término sociedad comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de las Superintendencias de Compañías y de Bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente de sus miembros.”⁷

Esta situación favorece al proyecto ya que toda empresa legalmente constituida o personas naturales están obligadas a llevar contabilidad y lógicamente a pagar tributos sobre sus rentas.

⁷ <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=464>

TECNOLÓGICO:

En este factor es importante identificar los Software contables actuales para decidir que licencia debe adquirir este proyecto de factibilidad para llevar la contabilidad de sus potenciales clientes.

Los sistemas de contabilidad están en rápida evolución para soportar los requerimientos de los clientes; y estos tienen que ser adaptados a cada cliente potencial del proyecto por tanto es básico licenciar un software amplio y que cubra las necesidades de contabilidades de distintas empresas; a saber en el mercado actual se comercializan sistemas contables básicos, intermedios y amplios:

1.10.2 Descripción de los Métodos para la Estimación de la Demanda Futura.

El hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio.

La fórmula generalmente utilizada para calcular este potencial es la siguiente:

$$Q = npq$$

(1-4)

Dónde:

Q = Potencial del mercado total

n = Número de compradores en el mercado según Información Súper
Intendencia de Compañías: 166 empresas PYMES

q = Cantidad adquirida por un comprador promedio: una unidad del
servicio contable y tributario

p = Precio de la unidad promedio: \$645 mensual

Entonces la demanda potencial en dólares de este mercado potencial de
las empresas PYMES es de:

$$Q = 166 * 1 * 645$$
$$Q = \$107.070,00$$

(1-5)

Factores que Afectan a la Demanda.

CUADRO 1.6 Amenaza de entrada de nuevos competidores PC:

BARRERAS DE ENTRADAS	APLICA	SIN EFECTO
Economías de escala	X	
Diferencias propias del servicio	X	
Identidad de firma		X
Grupos, alianzas		X
Alta inversión		X
Ventajas Absolutas:		
Diferenciación	X	
Eficiencia en costos	X	
Alta segmentación	X	
Políticas gubernam.		X
TOTAL	5	4

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA ELABORADO POR: EDISON ARIAS

En conclusión es un segmento que tiene fuertes barreras de entradas, esto se demostrará cuando estudiemos los competidores existentes y corroboraremos esta afirmación en la Matriz del Perfil competitivo.

CUADRO 1.7 Rivalidad entre los competidores existentes CA:

RIVALIDAD DEL SECTOR EMPRESARIAL	APLICA	SIN EFECTO
Crecimiento Industria:		
<i>Demandantes</i>	X	
<i>Oferentes</i>	X	
Diversidad de competidores	X	
Concentración sectorial	X	
Guerra de precios por servicios entregados		X
Campañas de Difusión agresiva		X
TOTAL	4	2

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA ELABORADO POR: EDISON ARIAS

Está demostrado que como en todo sector existe rivalidad por capturar clientes o market share, es decir rentabilidad. Esta competencia existente nos obliga a diseñar estrategias sólidas, sustentables y sostenibles; aprovechándonos de las debilidades del competidor que serán indagadas en esta fase de diagnóstico.

CUADRO 1.8 Poder de negociación con los proveedores P:

PROVEEDORES NEGOCIACIÓN	PODER DE	
	APLICA	SIN EFECTO
Insumos difíciles de conseguir		X
Líneas de crédito por volumen de insumos	X	
Identificación de proveedor		X
Muchos proveedores		X
Integración hacia delante		X
TOTAL	1	4

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA ELABORADO POR: EDISON ARIAS

El poder de negociación no está en los proveedores que este proyecto necesitaría para operar; por la simple razón de que hay muchos negocios que venden papelería y empresas que comercializan el software contable; esto es una oportunidad externa que este servicio brinda.

CUADRO 1.9 Poder de negociación con los clientes C:

PROVEEDORES PODER DE NEGOCIACIÓN		
	APLICA	SIN EFECTO
Sensibilidad al precio:		
Percepción del servicio de calidad	X	
El precio del servicio	X	
Servicio elástico	X	
Palanca negociadora:		
Alto grado de oferentes	X	
Capacidad de integrarse hacia atrás	X	
Servicios sustitutos	X	
TOTAL	6	0

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA ELABORADO POR: EDISON ARIAS

Las empresas, clientes potenciales, tienen el poder de decisión si contratan a la empresa ya que existe una alta cantidad de empresas que se dedican a este objeto social; y esto es una amenaza para el proyecto que será manejada con la entrega de un servicio acorde a las exigencias de los clientes prospectos; nos obliga a realizar una investigación de campo primaria, exploratoria para identificar la tendencia y preferencias del target.

CUADRO 1.10 Amenaza de ingresos de sustitutos BS:

AMENAZA DE SUSTITUCIÓN		
	APLICA	SIN EFECTO
Servicios sustitutos al proyecto:		
Departamentos de contabilidad internos	X	
Personas naturales que ofertan este servicio	X	
Software contable pirata	X	
TOTAL	3	0

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA ELABORADO POR: EDISON ARIAS

La constitución como empresa brindará una percepción de los potenciales clientes de seriedad y calidad; es la manera como enfrentar esta amenaza de sustitutos; además de la calidad demostrada del servicio y precios competitivos

Estimación de la Penetración en el Mercado.

Con los datos recolectados en nuestra investigación podemos con toda solvencia determinar la potencial demanda por este tipo de servicios y su respectiva oferta. Nos basamos también en la superintendencia de compañías para establecer los competidores totales, empresas de auditoría externa.

CUADRO 1.11 BALANCE OFERTA DEMANDA

BALANCE OFERTA-DEMANDA				
FUENTES	SUPER DE CÍAS	INVESTIGACIÓN PROPIA	SUPER DE CÍAS	
CRITERIOS	DEMANDA TOTAL PYMES PAIS	% ACEPTACIÓN	OFERENTES	MERCADO POTENCIAL
VALORES	166	95%	72	157.70

Razón por el cual nuestro objetivo es la captura de 72 clientes-empresas que reportaría tentativamente.

Demanda Insatisfecha.

En el mercado existen oferentes y demandantes, pero la brecha es alta, las empresas de servicios que se dedican a la consultoría son la mayor competencia en este mercado, pero las nuevas resoluciones de los entes controladores que en la actualidad exigen, han obligado a las empresas a llevar sus movimientos económicos de manera transparente y organizada, nos atrevemos a manifestar que siempre existe mercado.

Por otra parte cuando el mercado es nuevo existe más de una oportunidad de ingresar para satisfacer dicha demanda.

En nuestro estudio determinamos que nuestra demanda insatisfecha se proyecta de la siguiente manera:

Como demanda total PYMES (Valle de los Chillos) 166 empresas

Muestra estudiada 123

$$166 - 123 = 43 \qquad \frac{43}{166} = 26\%$$

Tenemos como demanda insatisfecha un 26

CAPITULO II PROPUESTA ESTRATÉGICA

2.1 FORMULACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN

Misión

La Misión es “una declaración duradera de propósitos”, la razón de ser de la Empresa que se pretende crear; es la descripción de los objetivos permanentes de la Compañía .Para declararla debemos responder a la pregunta:

¿Para qué existe la Firma?

Los componentes principales que consideraremos en la estructuración de la misión, son los siguientes:

- Principales usuarios - ¿quiénes son los usuarios de la Empresa?
- Servicios - ¿cuáles son los principales servicios?
- Preocupación por supervivencia: ¿cuál es la actitud de la Empresa con respecto a la calidad de los servicios?
- Preocupación por imagen pública - ¿cuál es la imagen pública a la que aspira la Empresa?

MISIÓN

Proporcionar el mejor e innovador servicio de asesoría contable y tributaria a las personas naturales y jurídicas del Ecuador, de manera rentable; brindándoles calidad garantizada por estándares de gestión.

Personalización e involucramiento con el cliente; apegados siempre a la ley, proporcionando experiencias de servicios únicas en el mercado con el objetivo de posicionarnos como una Firma seria y efectiva.

Visión

Visión de futuro de este proyecto es la declaración de donde queremos estar como Empresa en los próximos años; señalar rumbo, dar dirección, es la cadena o el lazo que une la Empresa, el presente y el futuro.

Es la respuesta a la pregunta:

¿Qué queremos que sea la Empresa en los próximos años?

Para la redacción de la visión de futuro se deben considerar los siguientes elementos:

- Debe ser formulada por los líderes
- Dimensión de tiempo
- Compartida entre el grupo gerencial y los colaboradores
- Positiva y alentadora
- Debe ser realista
- Comunicar entusiasmo
- Proyecta sueños y esperanzas

VISIÓN

Trabajamos por obtener el liderazgo en el mercado local, al largo plazo, como una Empresa de asesoramiento contable y tributario mediante servicios innovadores que satisfagan las necesidades del contribuyente y del estado.

Seremos en futuro, cinco años, una empresa global y eficaz; orientada al cliente y en permanente crecimiento y rentabilidad.

2.2 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS.

2.2.1 Principios y Valores.

- Estamos comprometidos con la aplicación de los siguientes principios, que caracterizan nuestras actuaciones, en procura de la excelencia:
- **1. Respeto:** Refleja la confianza y confidencialidad que entregan cada uno de los integrantes de la empresa, para con los clientes, proveedores y entre la misma organización interna. Es lo que esperamos, recibimos y brindamos a los demás.
- **2. Compromiso:** Logrando a través de los beneficios que conlleva desempeñarse de la mejor manera por medio de las labores y tareas asignadas en la empresa, permite cumplir los objetivos y generar resultados tangibles.
- **3. Orientación al Cliente:** Es la cultura organizacional de la empresa y su valor más importante, la plena satisfacción de los gustos de los clientes, siempre enfocados en sus necesidades y en la preferencia de estos por la empresa.
- **4. Trabajo en equipo:** Es necesario para brindar la mejor calidad en los servicios y en la atención para con los clientes internos y externos, todas las personas desarrollan sus labores como eslabones de una cadena, para lograr un objetivo común.
- **5. Honestidad y ética:** Moderación, decencia, urbanidad, decoro. Importante reflejar este valor ya que para los clientes es indispensable saber que existe honestidad en una empresa.
- **6. Desarrollo Profesional:** Los constantes cambios del mercadeo exigen un acceso pertinente a información que aporte al crecimiento de la empresa. El desarrollo profesional es fruto del esfuerzo de la carrera y comprende los aspectos que una persona enriquece o mejora con vista a lograr objetivos dentro de la organización. Se puede dar mediante esfuerzos individuales o por el apoyo de la empresa

2.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS.

2.3.1 Financieros.

El horizonte de planeación de este proyecto concibe cinco años de proyección, los cuales serán afectados año tras año por la inflación acumulada, 3.33% según el Banco Central del Ecuador estadísticas 2011 sector servicios; y por un crecimiento acertado en captura de 72 clientes por año; finalmente el mercado potencial definido en la etapa de diagnóstico soporta estas metas de captura de clientes.

2.3.2 De Volumen.

Se pretende establecer a nuestra empresa en el mercado regional y que su firma sea reconocida por importantes Pymes, y que a futuro podamos posicionar a nuestra empresa a nivel nacional, creando fuentes de trabajo y generando recursos económicos rentables.

2.3.3 De Imagen.

Nuestra futura firma de asesoría contable y tributaria pretenderá posicionarse como una empresa que establece procesos efectivos de contabilidad y brinda un servicio de asesoramiento tributario de calidad; por tal motivo comercialmente nuestro slogan y el logotipo será:



RAZÓN SOCIAL S.A.

“Generando procesos contables y tributarios de calidad”

Los nombres que se presentará a la superintendencia de compañías para reservar la razón social tendrán relación al giro del negocio para que los potenciales clientes fácilmente lo relacionen con la actividad que ofertamos:

- ASECONT S.A. Asesoría contable y tributaria
- ECUACONTABLE S.A. Asesoría contable y tributaria
- SERVCONT S.A. Asesoría contable y tributaria
- A & A CONTADURÍA S.A. Asesoría contable y tributaria

2.4 ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS

2.4.1 Estrategia de Generación de Ventaja Competitiva.

Las estrategias son las acciones que nos conducirán al logro de los objetivos, son un conjunto de medidas que deberán llevar a este proyecto de factibilidad de una situación inicial a una situación deseada en el futuro.

2.4.2 Estrategia de Enfoque o Alta Segmentación.

La estrategia de Enfoque o de alta segmentación se implementa cuando las organizaciones atienden a mercados muy segmentados y generalmente pequeños en comparación con el mercado de este tipo de servicios. Las empresas orientadas a estrategias de enfoque buscan descubrir y atacar mercados nicho a los cuales puedan servir eficientemente utilizando una estrategia de liderazgo en costo o una estrategia de Diferenciación.

La Estrategia de Enfoque o Alta Segmentación se enfoca en las necesidades de un segmento de mercado, en un segmento de la línea del producto, o en un mercado geográfico. Se fundamenta en la premisa, que se puede servir a un objetivo estratégico estrecho (nicho), con más efectividad o eficacia, que los competidores.

Esta estrategia consigue:

- * Diferenciación o ventaja de costos o ambos, pero únicamente respecto al segmento elegido.
- * Alta participación en el segmento elegido, pero baja a nivel del mercado total.
- * A veces, rendimientos mayores al promedio de su sector industrial.

En nuestro caso, tenemos un enfoque de una zona específica y no muy grande de trabajo lo que podremos aprovechar para poder competir y ofrecer un servicio marcando diferencia, para alcanzar nuestro mercado objetivo.

2.4.3 Estrategia de diferenciación.

Basándonos en las encuestas que son criterios del mercado objetivo ensamblamos la diferenciación del servicio de la siguiente manera:

TABLA 2.1 DIFERENCIACIÓN DE SERVICIO

MIX	TIPIFICACIÓN	ACCIÓN TÁCTICA	GRUPO ESTRATÉGICO	FILOSOFÍA ESTRATÉGICA	
SERVICIO	CONTABLE	C1	Actualizaciones de contabilidad	INTEGRACIÓN: *Hacia adelante y hacia atrás INTENSIVAS: *Penetración del mercado nacional *Desarrollo del servicio	DIFERENCIACIÓN Y EFICIENCIA EN COSTOS
		C2	Llevar la contabilidad		
		C3	Implementación de procesos contables		
	TRIBUTARIOS	T1	Trámites SRI		
		T2	Anexos transaccionales		
		T3	Anexos de retención		
		T4	Otros servicios tributarios		
	ADMINISTRATIVOS LABORALES	AL 1	Presentación de estados financieros a la SuperCías		
		AL 2	Pago impuesto 1.5 por 1000 activos fijos		
		AL 3	Presentación formulario ministerio trabajo		
		AL 4	Legalización de actas de finiquito		
		AL 5	Legalización de contratos de trabajo		
		AL 6	Liquidación de haberes		
		AL 7	Control interno de Activos fijos		
AL 8		Control interno de Inventarios			
AL 9		Control interno de cuentas por cobrar			
AL 10		Control interno de cuentas por pagar			
AL 11		Control interno de Tesorería			

2.4.4 Estrategia de Precio.

Siendo la fijación del precio una actividad esencial para la subsistencia futura de este proyecto fue indispensable estudiar el precio aceptado por el potencial cliente y los precios promedios de competidores investigados, para obtener una visión más clara del precio que se determinará para este servicio.

A continuación identificaremos el precio promedio que pudimos establecer según investigación propia.

TABLA 2.2 PRECIO PROMEDIO

OFERENTE	CONTACTO	CLIENTES	PRECIOS			INGRESO PROYECTADO	COBERTURA	SEGMENTO
			CONTABILIDAD	TRIBUTARIA	TOTAL			
BICONET S.A.	ING.FERNANDO BENAVIDES	121	450	350	800	96.800,00	Nacional	PYMES
ASEFCON T CIA LTD	LCDA.MAYRA VALLEJO	17	300	300	600	10.200,00	local	PYMES
CRITERIA CIA LTD	DRA.PAULINA BANDERAS	45	400	400	800	36.000,00	Internacional	PYMES
VILLAREA L CONS.	ING.JAVIER VILLAREAL	48	150	230	380	18.240,00	Nacional	PYMES
PROMEDIOS		58	325	320	645	37.248,75		

FUENTE: INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO: ELABORADO POR EDISON ARIAS

- Precio aceptado por los potenciales clientes: 500 a 1000 dólares
- Precio promedio de competidores: \$645.00

Con estos criterios; desde una óptica interna (competidores) y externa (clientes) podemos fijar el precio, también es alentador para el proyecto de factibilidad de esta empresa de asesoría contable y tributaria observar que la banda de aceptación del precio por el servicio está entre los \$500 y \$1000.

2.4.5 Estrategia de Servicios.

Hoy por hoy una empresa que ofrece una garantía del servicio produce un doble efecto: por una parte, fideliza a sus clientes y, por otra, lanza un mensaje interno de eficacia enfocando a toda la organización hacia un objetivo claro y definido. A partir de aquí, el resto todo son ventajas.

Un requisito previo a la implantación de una garantía es que se desee realmente satisfacer al cliente. Algunas empresas son cicateras en la prestación de su garantía y no consiguen la confianza de sus clientes. Pero si se es consciente de la importancia del servicio al cliente el proceso de garantía implica:

- Conocer en detalle las necesidades de los clientes.
- Definir concretamente el servicio que se va a ofrecer. Hay que huir de conceptos genéricos para dirigirse hacia puntos de actuación concretos y medibles.
- Determinar el papel que jugará la garantía en su estrategia competitiva para optimizar el beneficio.
- La garantía es una potente herramienta de marketing, engrosa la cuota de mercado, fideliza a los clientes, aumenta la vida media del cliente y mejora la rentabilidad de la empresa.
- Nuestro Servicio de Asesoramiento Contable y Tributario estará enfocado en garantizar a nuestros clientes el trabajo que realizaran nuestros profesionales en sus PYMES.

2.4.6 Estrategia de la Mezcla (Marketing Mix).

Luego de testear a los potenciales clientes y competidores de referencia, podemos generar una mezcla de mercadotecnia que pretenderá ser diferente y agresiva para capturar los clientes objetivos que den rentabilidad al proyecto.

Las estrategias que nacieren en esta mezcla serán enfocadas en el siguiente cuadro:

CUADRO 2.1 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS		
GRUPO ESTRATÉGICO	PLANO TÁCTICO	FILOSOFÍA ESTRATÉGICA Ventaja Competitiva
INTEGRACIÓN	Vertical hacia adelante	LIDERAZGO EN COSTOS
	Vertical hacia atrás	
	Horizontal	
INTENSIVAS	Penetración del mercado	DIFERENCIACIÓN
	Desarrollo del mercado	
	Desarrollo de productos	
DIVERSIFICACIÓN	Concéntrica	ENFOQUE O ALTA SEGMENTACIÓN
	Conglomerada	
	Horizontal	
DEFENSIVAS	Join Venture (Riesgo compartido)	LIDERAZGO EN COSTOS
	Retiro o liquidación	
	Consolidación	
	Atrincheramiento	

CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

Después de haber determinado que existe un mercado potencial explotable, al cual se puede ingresar sin dificultad y que, a simple apreciación se observa una probable rentabilidad (proceso que se analizará a profundidad en el estudio económico financiero), es de suma importancia verificar si existe la factibilidad de proporcionar el servicio antes mencionado. Para esto se debe analizar los insumos, equipos, muebles y enseres y demás artículos indispensables para iniciar las labores; también debe cuantificarse el personal requerido para prestar de forma eficiente y eficaz el servicio; determinar la localización óptima de las instalaciones; considerar la tecnología, especialmente en paquetes tecnológicos necesarios; investigar sobre los aspectos legales concernientes a la constitución de la compañía y los que influirán para el normal proceso de actividades (tales como impuestos, requerimientos de información de entidades de control, entre otras).

3.2 LOCALIZACIÓN.

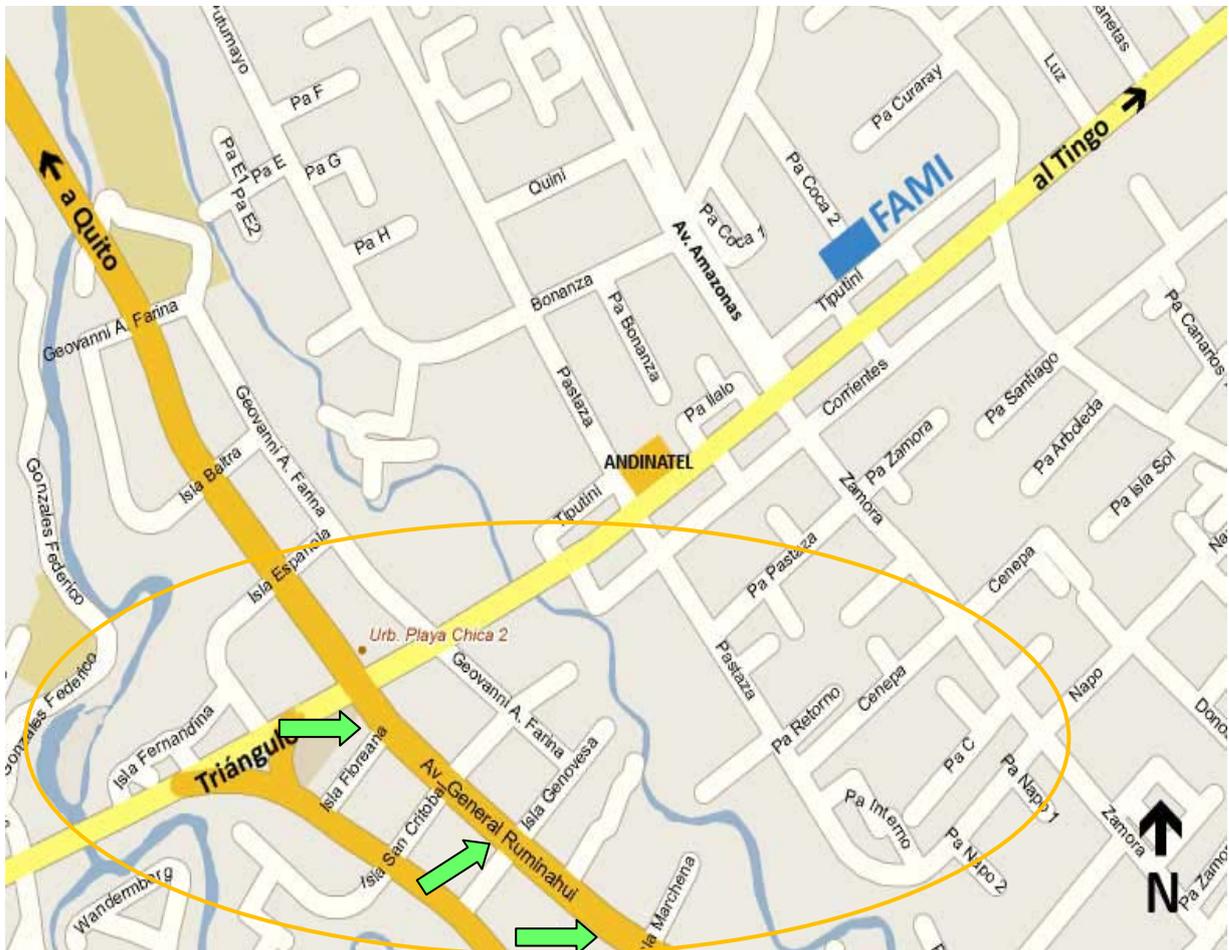
3.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN.

La ciudad capital Quito, provincia de Pichincha; por ser en dónde se encuentran ubicadas las principales de la instituciones en dónde se realizarán los trámites de clientes potenciales y es pertinente mencionar que comercialmente es táctico mencionar en provincias que es una empresa radicada en la ciudad capital.

GRAFICO 3.1 UBICACIÓN DE QUITO ECUADOR EN SUDAMÉRICA**3.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN.**

La mejor alternativa de instalación del proyecto será en el Cantón Rumiñahui, precisamente el Valle de los Chillos. Se escoge esta ubicación para agilizar los trámites que se realizarán por cada cliente.

GRAFICO 3.2 PLANO DEL VALLE DE LOS CHILLOS UBICACIÓN DE LAS OFICINAS



Hemos revisado unas posibles tres alternativas en las que funcionarían nuestras oficinas:

- a) AV Gral. Rumiñahui e isla Floreana
- b) AV Gral. Rumiñahui e isla San Cristóbal
- c) AV Gral. Rumiñahui e isla Marchena

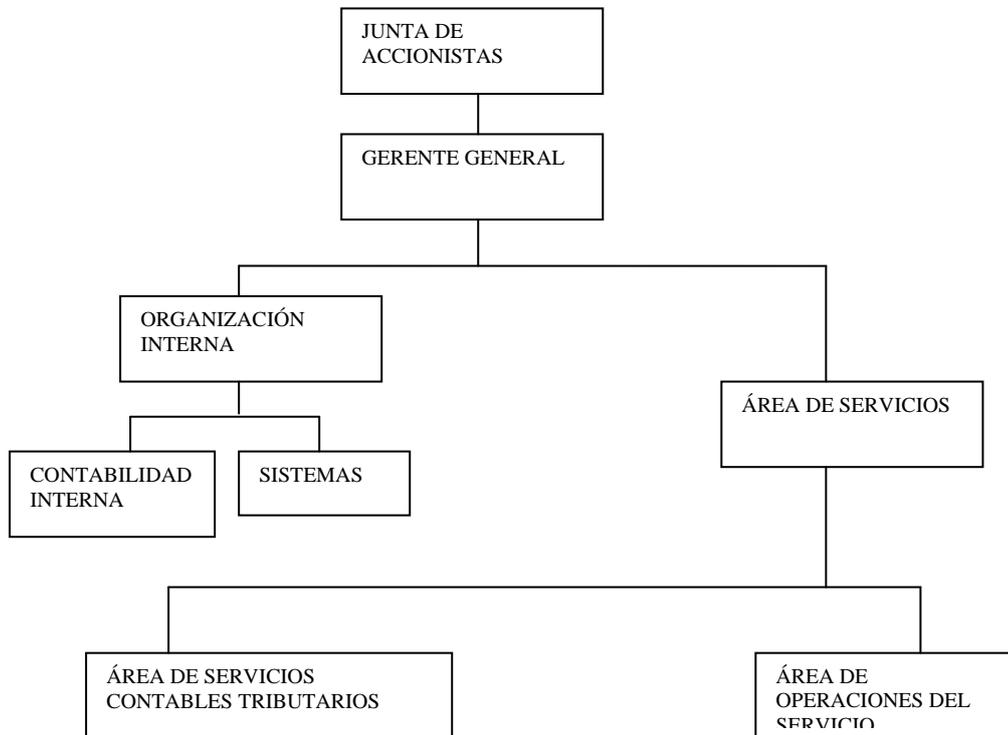
TABLA 3.1 ANÁLISIS DE UBICACIÓN DE OFICINAS

Alternativa	Oficinas Amplias	Accesibilidad	Sector empresarial	Costos	Total
a	9	10	10	8	37
b	8	8	7	10	33
c	8	9	7	6	30

Por lo que hemos decido que nuestras oficinas se ubicarán en la AV. Gral. Rumiñahui e isla Floreana, junto al centro comercial el triángulo.

3.2.3 DISEÑO DE LA EMPRESA

En esta etapa del estudio se definirá la estructura básica necesaria para que la futura empresa sea funcional y eficiente; partiremos por determinar que nuestra firma tendrá organización estructural conformada por:

ORGANIGRAMA 3.1 ESTRUCTURAL

Posteriormente es de oficio estipular el levantamiento de un perfil y determinar las funciones de cada cargo; esto contribuirá para que la dinámica del servicio esté clara y se vuelva efectiva; garantizará la calidad que se piensa implementar en los procesos internos para que la percepción del cliente sea absoluta y de referencia del servicio; crecimiento por añadidura.

TABLA 3.2 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES Y LEVANTAMIENTO DEL PERFIL	
CARGO: <u>GERENTE GENERAL</u>	
OBJETIVOS DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none"> • Generar una rentabilidad sobre el 40% • Negociar con grandes cuentas • Cierre de negocios • Explorar nuevos mercados • Administrar las Finanzas • Ensamblar el Flujo de caja 	RESPONSABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Administración efectiva de recursos • Cumplimiento de normatividad • Calidad del servicio, generar indicadores de gestión
MACRO ACTIVIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Planificación • CRM • Administración del personal 	ÓRGANO REGULAR: <ul style="list-style-type: none"> • Junta general de accionistas • Presidencia
PERFIL DEL CARGO	
ACADÉMICO: <ul style="list-style-type: none"> • Cuarto nivel: MBA • Tercer nivel: Ingeniería Comercial • Técnica: capacitación en liderazgo y relaciones humanas • Aptitudes: capacidad de negociación, elocuencia, fluidez comunicacional, • resolución lógica matemática 	LABORAL: <ul style="list-style-type: none"> • Ocho años de experiencia en cargos similares • Referencias laborales demostradas
SOCIAL: <ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad familiar • Que practique deportes, música o algún hobby 	VALORES: <ul style="list-style-type: none"> • Honorabilidad • Honradez • Responsabilidad • Puntualidad

TABLA 3.3 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES Y LEVANTAMIENTO DEL PERFIL	
CARGO: <u>CONTADOR</u>	
OBJETIVOS DEL CARGO:	RESPONSABILIDAD:
<ul style="list-style-type: none"> • Planear y organizar su trabajo hacia resultados. • Asesorar a los clientes • Tomar decisiones. • Aplicar creativa y críticamente los conocimientos adquiridos. • Diseñar sistemas de información contable. • Ejercer y delegar autoridad. • Apoyarse en la informática para realizar sus funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visión Gral. de los objetivos y estrategias de las organización o clientes • Aplicar sus conocimientos en forma crítica en el análisis e interpretación de estados financieros. • Conducir y participar en grupos. multidisciplinarios para fundamentar toma de decisiones. • Asesorar en materia contable, fiscal y financiera • Manejar documentación Fiscal tributaria y diseñar procedimientos acorde a disposiciones fiscales vigentes • Operar sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la información financiera • Fundamentar toma de decisiones basados en el análisis de la información financiera. <ul style="list-style-type: none"> • Mantenerse actualizado. • Coordinar la comunicación entre empresa-cliente

MACRO ACTIVIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Registrar el origen y aplicación de los recursos de una transacción.• Elaborar estados financieros e informes para fines contables, fiscales, financieros y organizacionales.• Prever y detectar errores y desviaciones en los procedimientos y registros contables.• Analizar, diseñar, implantar y evaluar sistemas de información financiera.• Diseñar e implantar proceso de mejora de calidad.• Administrar los recursos organizacionales.• Diagnosticar, fundamentar, sugerir y tomar decisiones administrativas, contables y financieras.• Analizar y evaluar la política fiscal y sus implicaciones	ÓRGANO REGULAR: <ul style="list-style-type: none">• Gerencia General
--	---

<p>contables, financieras, económicas y sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actuar con independencia mental. • Opinar cerca de los estados financieros. 	
PERFIL DEL CARGO	
<p>ACADÉMICO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuarto nivel: Maestría en Contabilidad y Auditoría • Tercer nivel: Contabilidad/Auditoría; Ingeniería: Financiera/ Comercial • Técnica: capacitación en liderazgo y relaciones humanas • Aptitudes: capacidad de negociación, elocuencia, fluidez comunicacional, • resolución lógica matemática 	<p>LABORAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cinco años de experiencia en cargos similares • Referencias laborales demostradas
<p>SOCIAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad familiar • Que practique deportes, música o algún hobby 	<p>VALORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Honorabilidad • Honradez • Responsabilidad • Puntualidad • Rectitud

TABLA 3.4 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES Y LEVANTAMIENTO DEL PERFIL	
CARGO: <u>ASISTENTE CONTABLE</u>	
OBJETIVOS DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none"> • Atender y satisfacer las necesidades del cliente interno • Controlar el desenvolvimiento de los procesos • Coordinar la gestión comercial • Realizar pagos a proveedores, servicios básicos y de material operativo • Administrar las Finanzas • Asistir a los técnicos 	RESPONSABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Administración operativa, de recursos • Cumplimiento de normatividad • Calidad del servicio, generar indicadores de gestión
MACRO ACTIVIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Organización • Administración del personal 	ÓRGANO REGULAR: <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia General
PERFIL DEL CARGO	
ACADÉMICO: <ul style="list-style-type: none"> • Tercer nivel: mínimo tecnología en Administración de Empresas • Técnica: capacitación en relaciones humanas • Aptitudes: capacidad de negociación, elocuencia, fluidez comunicacional, • resolución lógica matemática 	LABORAL: <ul style="list-style-type: none"> • Cinco años de experiencia en cargos similares • Referencias laborales demostradas
SOCIAL: <ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad familiar • Que practique deportes, música o algún hobby 	VALORES: <ul style="list-style-type: none"> • Honorabilidad • Honradez • Responsabilidad • Puntualidad • Rectitud

TABLA 3.5 MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES Y LEVANTAMIENTO DEL PERFIL	
CARGO: <u>VENDEDOR</u>	
<p>OBJETIVOS DEL CARGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Captura de clientes mínimo 30 de inicio • Promover una rentabilidad sobre el 40% • Negociar con grandes cuentas • Cierre de negocios efectivos • Explorar nuevos mercados • Administrar correctamente fondos de marketing 	<p>RESPONSABILIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Captura y mantención de clientes • Fidelización de clientes • Calidad del servicio, generar indicadores de gestión • Generar CRM • Depurar CRM • Tele mercadeo, Volanteo • Coordinación de visitas personales a prospectos de clientes
<p>MACRO ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación de ventas • Estadísticas de ventas • CRM, generación y depuración • Determinar clientes QPD • Administración del personal 	<p>ÓRGANO REGULAR:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia general • Asistente de gerencia
PERFIL DEL CARGO	

<p>ACADÉMICO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tercer nivel: Ingeniería en Marketing o Ventas • Conocimientos de herramientas de negociación: Programación Neurolingüística • Técnica: capacitación en liderazgo y relaciones humanas • Aptitudes: capacidad de negociación, elocuencia, fluidez comunicacional, • Resolución lógica matemática 	<p>LABORAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diez años de experiencia en cargos similares • Referencias laborales demostradas
<p>SOCIAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad familiar • Que practique deportes, música o algún hobby 	<p>VALORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Honorabilidad • Honradez • Responsabilidad • Puntualidad • Rectitud

3.3 DIAGRAMA DE FLUJO POR SERVICIO.

DIAGRAMA 3.1 Proceso 1 Preparación inicial de la información

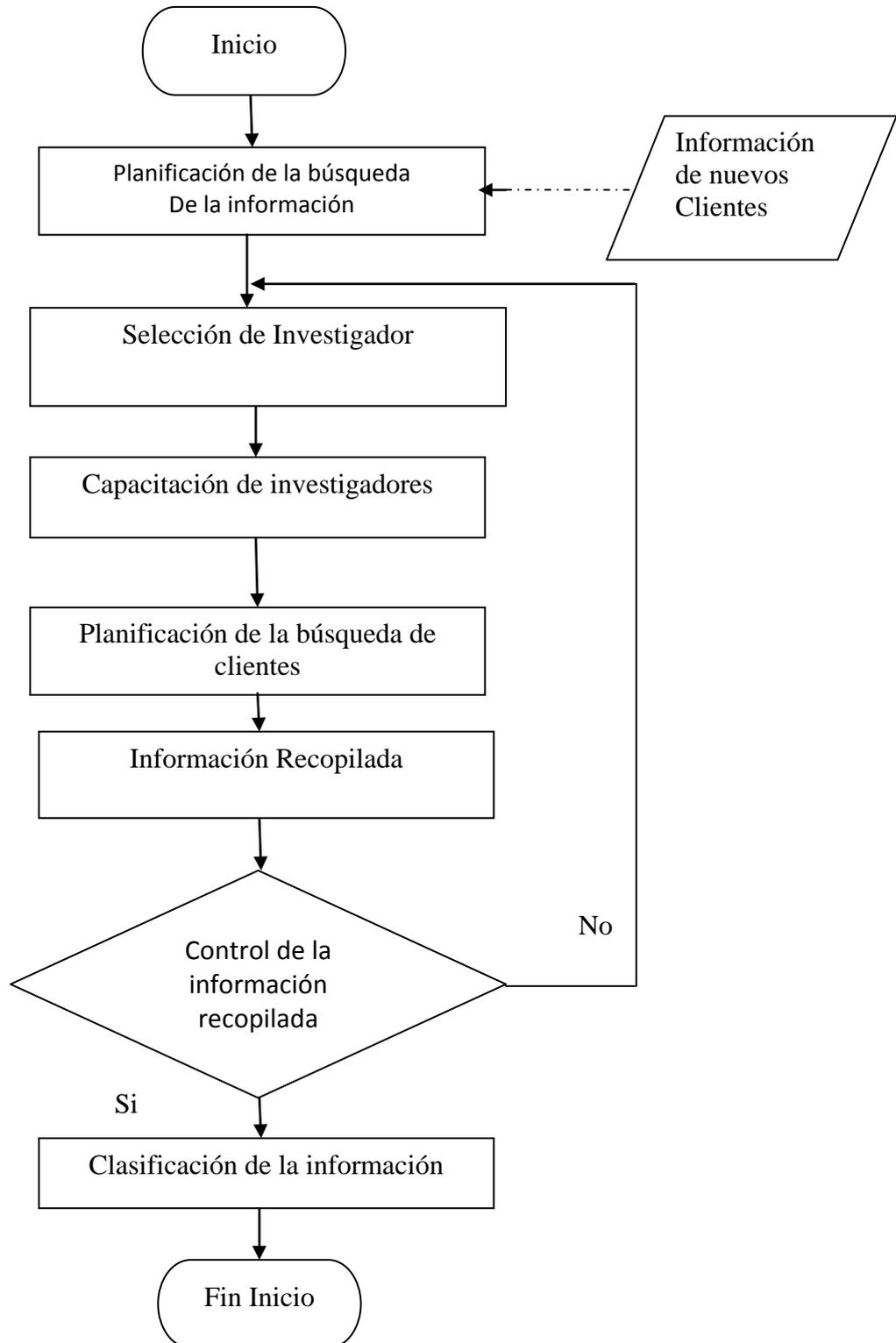


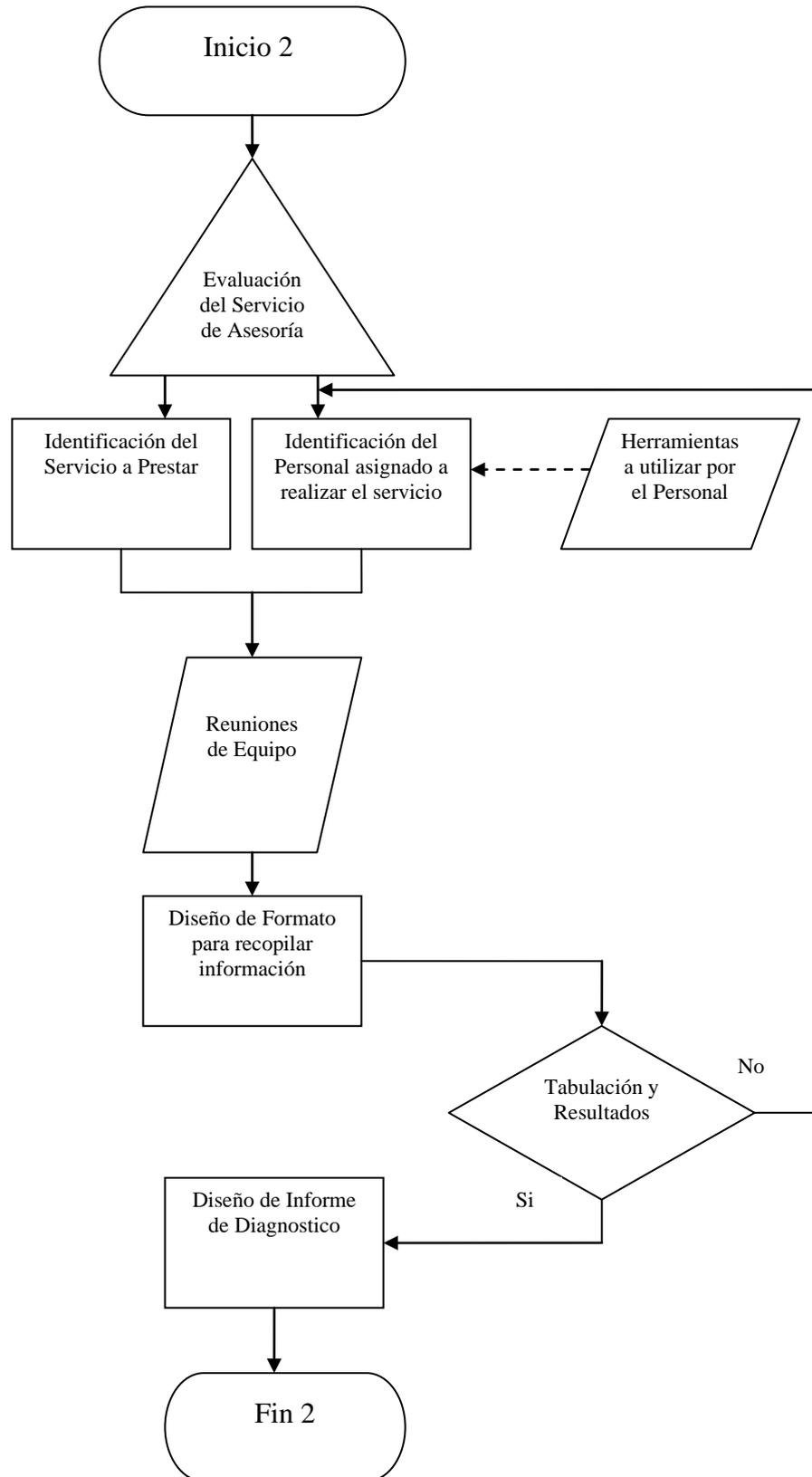
DIAGRAMA 3.2 Proceso 2: Diagnóstico

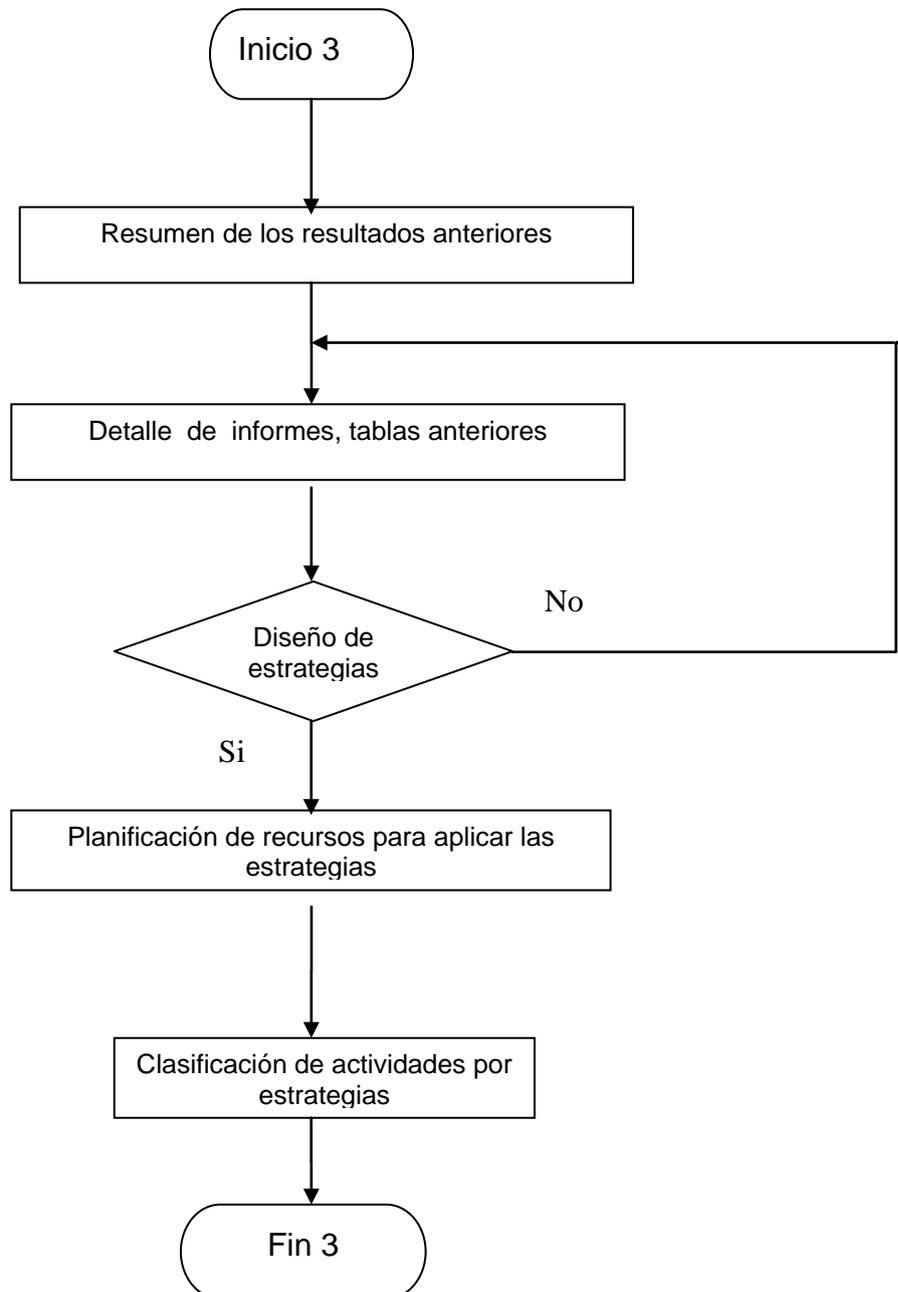
DIAGRAMA 3.3 Proceso 3: Plan de acción

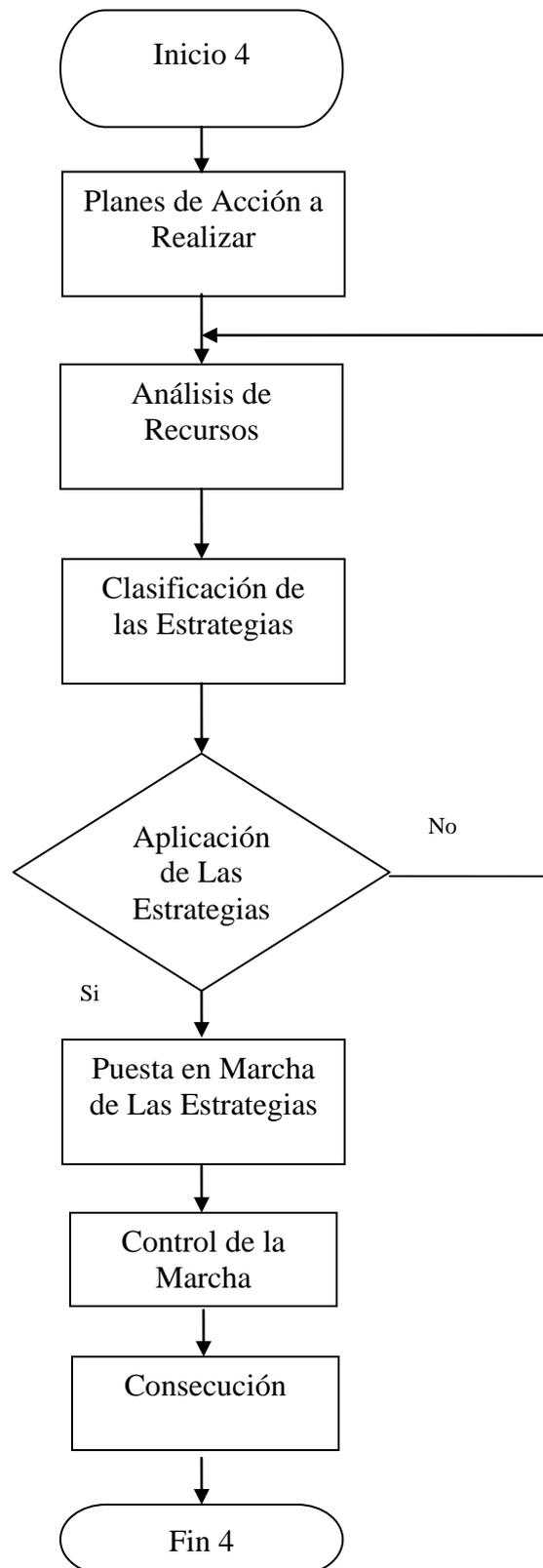
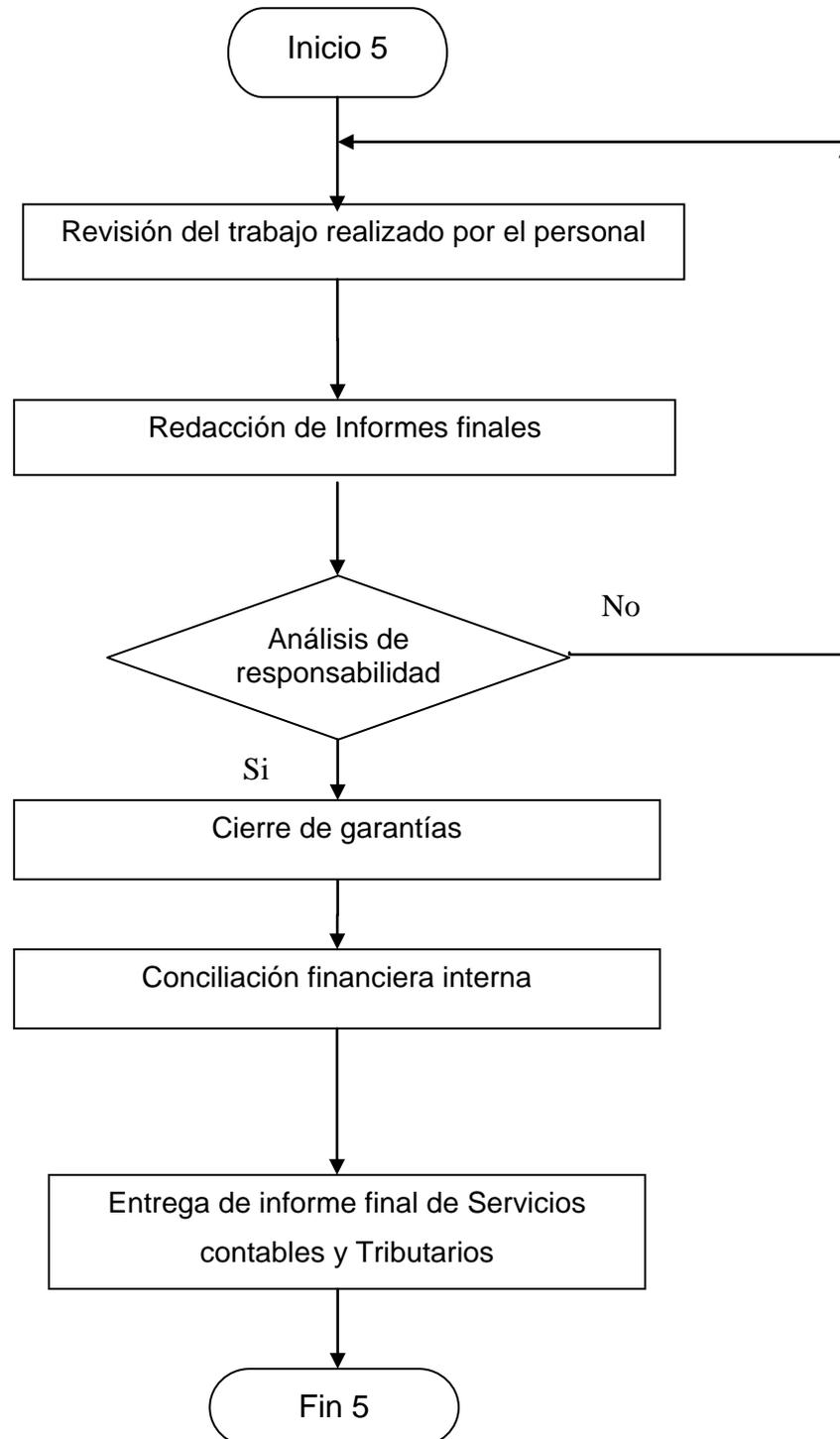
DIAGRAMA 3.4 Proceso 4 Aplicación (implementación)

DIAGRAMA 3.5 Proceso 5 Terminación

3.4 RECURSOS MATERIALES.

3.4.1 EQUIPO BÁSICO

CUADRO 3.1 EQUIPO BÁSICO

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD
1	ESTAC. TRABAJO GERENCIA	u
6	ESTACIONES DE TRABAJO	u
3	ARCHIVADORES	u
1	CAFETERA	gl
1	MICROONDAS	u
7	TELEFONOS PARA OFICINAS	u
1	MESA CAFETERÍA	u
1	MESA REUNIONES	u
8	SILLAS REUNIONES	u
1	MUEBLES ESPERA CLIENTES	u
1	PIZARRA	u
5	COMPUTADORAS DE ESCRITO	u
2	PORTATILES	u
1	INFOCUS	u
	TOTAL	

3.4.2 FINANCIAMIENTO.

Una vez que se haya determinado la inversión para llevar a cabo un determinado proyecto, la pregunta que nos planteamos es ¿de dónde consigo esos recursos financieros?, es decir tenemos que pensar en el financiamiento. El financiamiento en un proyecto consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento podremos establecer la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento.

- **FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, pueden ser:

- **Fuentes Internas**

Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

- **Fuentes Externas**

Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc.

3.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

3.5.1 TECNOLOGÍA.

Este giro de negocio, operativamente basará su gestión en Software contables que se los identificó y los cuales fueron aceptados por el mercado potencial en la investigación de campo realizada.

- Safi: con un valor de licencia de \$1.200.00, replicas y capacitación.
- Mónica: con un valor de la licencia \$900.00 y la autorización de réplica

- T-max-Plus: con un valor de licencia \$1.000.00 y autorización de replica con una sola capacitación.

Con el adelanto tecnológico es fácil acceder a cualquier tipo de programa contable, de ser el caso, si algún cliente nos exigiera un programa distinto a los mencionados.

El software contable que se tendría que adquirir en este proyecto es el Safi con el 47% de aceptación en la encuesta de la muestra estudiada; y la inversión inicial sería de \$1200.00

3.5.2 MAQUINARIA Y EQUIPOS.

CUADRO 3.2 MAQUINARIAS Y EQUIPOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	V UNITARIO	V TOTAL
1	ESTAC. TRABAJO GERENCIA	u	150.00	150.00
6	ESTACIONES DE TRABAJO	u	100.00	600.00
3	ARCHIVADORES	u	100.00	300.00
1	CAFETERA	gl	120.00	120.00
1	MICROONDAS	u	150.00	150.00
7	TELEFONOS PARA OFICINAS	u	30.00	180.00
1	MESA CAFETERÍA	u	180.00	180.00
1	MESA REUNIONES	u	220.00	220.00
8	SILLAS REUNIONES	u	30.00	240.00
1	MUEBLES ESPERA CLIENTES	u	500.00	500.00
1	PIZARRA	u	70.00	70.00
5	COMPUTADORAS DE ESCRITO	u	700.00	3,500.00
2	PORTATILES	u	1,000.00	2,000.00
1	INFOCUS	u	700.00	700.00
	TOTAL			8,910.00

3.5.3 EDIFICIO E INFRAESTRUCTURA.

Nuestra empresa estará en condiciones de enviar reportes periódicos por vía electrónica, haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación con las que se cuenta: Conexión a Internet, cuentas de correo electrónico (e-mail), computadores portátiles (Laptops) y de escritorio interconectadas entre sí mediante wireless y cableados de red.

En el caso de Investigaciones de Mercados, la empresa; aplica niveles de tecnología apropiados, los cuales requieren calidad en todo el proceso que conlleva la captura de información mediante un sistema organizado y estructurado al momento de la aplicación de las encuestas. Nuestra empresa cuenta con una instalación de software base con un Sistema Operativo Windows XP Professional y además con el sistema Windows Vista Business que nos permiten acceder a las encuestas enviadas por los colaboradores, también se manejan adicionalmente otros programas estadísticos y contables.

La influencia del lugar del trabajo en el bienestar y la productividad de los empleados es un tema que cada vez preocupa más, pero todavía queda mucho terreno por recorrer en este sentido ya que no es considerado técnicamente.

Randstad, empresa que brinda soluciones de RRHH en España realizó una encuesta de mucha valía; llevado a cabo entre los profesionales de recursos humanos una encuesta online y una serie de entrevistas telefónicas más en profundidad para investigar sobre este tema. Los resultados indican que más del 90% de las personas encuestadas estiman que el lugar de trabajo tiene bastante o mucha influencia sobre la productividad de los empleados. Solamente el 3% considera que no tiene ninguna influencia. Es decir, un trabajador feliz es más productivo.

Esta última afirmación puede estar bien como hipótesis, pero no es una conclusión con fundamento en premisas adecuadas. Implica asumir, de entrada, que (un buen) lugar de trabajo es igual a felicidad y después que felicidad es una variable causal de productividad, lo cual es intuitivamente aceptable pero hay que tomar esta realidad con mayor profundidad.

Por otra parte, el 92% de los profesionales de RRHH piensan que el entorno de trabajo tiene bastante o mucho impacto en el bienestar de los trabajadores en su empresa. Y hasta el 82% piensa similar respecto a la satisfacción en el trabajo. Del 65% al 75% de las personas encuestadas opinan que el medio físico en el que los futuros empleados tendrán que trabajar les influye a la hora de decidir unirse o no a la empresa. Y más del 90% opinan que el grado de implicación del trabajador depende del lugar de trabajo.

Lo que resultaría particularmente interesante es determinar concretamente cuáles son los elementos que las personas toman en cuenta a la hora de evaluar la calidad del ambiente de trabajo.

Se puede concluir, por lo tanto, que los profesionales de RRHH perciben diariamente la importancia del lugar de trabajo en el grado de "happiness" (alegría) del trabajador.

Es por esto que este proyecto aborda el manejo acertado del espacio físico, apoyándose en las siguientes variables:

3.5.4 MANEJO DEL ESPACIO.

La eficiencia organizacional radica en la distribución racionalizada del espacio y en la mejor utilización del mismo, una instalación apropiada de medios físicos lleva a mayor rendimiento e incita al trabajo.

Analizando la acertada proyección en crecimiento que adoptará esta nueva firma es indispensable concebir un delineamiento equilibrado en el manejo de sus espacios interiores. Por tal motivo se aconseja esgrimir como opción aspectos ambientales físicos básicos para una productividad consecuente con la Planificación Estratégica de este proyecto.

La empresa de asesoría contable y tributaria debe considerar para la consecución de sus metas y objetivos aspectos como:

- Iluminación del ambiente.
- Colorido.
- Insonorización.

ILUMINACIÓN DEL AMBIENTE: Por el tipo de construcción que mantiene el lugar en dónde se pensaría arrendar y la aglomeración de construcciones se debe:

- Mantener las puertas abiertas en días soleados y una sola en días fríos.
- La cantidad de luz en este entorno se vuelve vital para minimizar fatiga visual. El ojo es más sensible y requiere de más luz en ambientes oscuros.
- Instalar un sistema de iluminación indirecta a la estación de trabajo, procurando que el 80% de luz se disperse hacia el ambiente en general.

COLORIDO: Pensar en tonos de color de paredes, techos y pisos de la oficina que se apeguen a la estimulación y se transforme inconscientemente en factor de auto motivación al positivismo del resultado.

Se plantea una matriz técnica de colores con características para que analicen la tonalidad a aplicar.

CUADRO 3.3 COLORES PARA AMBIENTES DE OFICINA

CARACTERÍSTICAS DEL COLOR	EN EL TECHO	EN LA PARED	EN EL SUELO	COLOR
CÁLIDO Y CLARO	ESPIRITUAL ANIMA	CALIENTA ACTIVA ACERCA	ELEVA	ROJO AMARILLO NARANJA ROSADO CREMA BEIGE
CÁLIDO OSCURO	CERRADO SOLEMNE PESADO	VIGORIZA ENCIERRA DEMASIADO CERCA	SÓLIDO SEGURO TERRESTRE	NEGRO CAFÉ CAOBA HABANO
FRÍO CÁLIDO	ACLARA ELEVA EL ÁNIMO	FRÍO AGRADA	LISO ANIMA CAMINAR	A AZUL VIOLETA VERDE LILA BLANCO HUESO MARFIL CELESTE
FRÍO OSCURO	AMENAZA OSCURECE	FRÍO ENTRISTECE	PESA	PLOMO GRIS

Los colores resaltados serían los escogidos. Es de vital importancia la expansión del espacio físico y ejecutar una coloración adecuada al resultado y la productividad.

INSONORIZACIÓN: El ruido produce fatiga y disminución del rendimiento, por el ensamble del negocio de la nueva firma no se puede permitir caer en errores de sonidos. La labor de tele mercadeo necesita espacios amplios y con mínimo de ruido; hay que tomar acción en el rechinar de las tablas del piso que disminuyen productividad al causar

molestia al Asesor Comercial. La solución sería alfombrar o entregar un espacio con nada de tránsito en las horas productivas.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA: Para desarrollar este tema sería indispensable contar ya con la oficina para diseñar la distribución del espacio físico; terminamos sugiriendo brindar comodidad y confort al colaborador de la futura empresa.

3.5.5 FOTOS DISTRIBUCIÓN FÍSICA

La oficina está distribuida de manera que existe un medio ambiente laboral en el que los empleados y los clientes armonizan.

Existen áreas de trabajo en las que prima la iluminación, la ergonomía, la buena distribución de muebles a fin de que el empleado operativo trabaje funcionalmente.

- **GERENCIA**

La gerencia cuenta con espacios amplio para la atención de las necesidades de los empleados y de los clientes cuando estos van a la empresa, además posee material de planificación como pizarras, mesa de trabajo, entre otras características sobresalientes de la gerencia.



- **ÁREA OPERATIVA**

En el área operativa tenemos tres escritorios para cada una de las personas que ayudan a registrar y llevar los procesos de la empresa, además cuenta con los elementos básicos como escritorios, archivadores, computadores, etc., para el trabajo.



- **ATENCIÓN AL CLIENTE**

En esta dependencia se atiende a clientes directos que la empresa posee para ayudar como por ejemplo a llenar formularios esta área esta directamente con el medio externo y cuenta con dos personas, las mismas que se comunican para la asesoría de negocios, parte contable micro empresarial, etc, es decir otros servicios que posee la empresa.



3.5.6 SEGURIDAD E HIGIENE

Para este punto la empresa cuenta con planes para los dos campos de acción para la seguridad y para la higiene.

3.5.7 PLAN DE SEGURIDAD

- La seguridad en sí, es una responsabilidad de línea y una función de staff frente a su especialización
- Las condiciones de trabajo, el ramo de actividad, el tamaño, la localización de la empresa, etc., determinan los medios materiales preventivos
- La seguridad no debe limitarse sólo al área de producción. Las oficinas, los depósitos, etc., también ofrecen riesgos, cuyas implicaciones atentan a toda la empresa
- El problema de seguridad implica la adaptación del hombre al trabajo (Selección de Personal), adaptación del trabajo al hombre (racionalización del trabajo)
- La seguridad del trabajo en ciertas organizaciones puede llegar a Movilizar elementos para el entrenamiento y preparación de técnicos y operarios, Control de cumplimiento de normas de seguridad, Simulación de accidentes, Inspección periódica de los equipos de control de incendios, primeros auxilios y elección, adquisición y distribución de vestuario del personal en determinadas áreas de la organización.
- Es importante la aplicación de los siguientes principios:

Apoyo activo de la Administración. Con este apoyo los supervisores deben colaborar para que los subordinados trabajen con seguridad y produzcan sin accidentes.

Instrucciones de seguridad a los nuevos empleados. Éstas deben darlas los supervisores, en el lugar de trabajo

Ejecución del programa de seguridad por intermedio de la supervisión.

Integración de todos los empleados en el espíritu de seguridad.

Aceptación y asimilación por parte de los empleados, por medio de la divulgación de éste espíritu de prevención

Extensión del programa de seguridad fuera de la compañía. (Eliminación de las consecuencias de los accidentes ocurridos fuera del trabajo)

3.5.8 PLAN DE HIGIENE

Un plan de higiene del trabajo por lo general cubre el siguiente contenido:

- Un plan organizado: involucra la presentación no sólo de servicios médicos, sino también de enfermería y de primeros auxilios, en tiempo total o parcial, según el tamaño de la empresa
- Servicios médicos adecuados: abarcan dispensarios de emergencia y primeros auxilios, si es necesario. Estas facilidades deben incluir:

Exámenes médicos de admisión

Cuidados relativos a lesiones personales, provocadas por incomodidades profesionales

Primeros auxilios

Eliminación y control de áreas insalubres

Registros médicos adecuados

Supervisión en cuanto a higiene y salud

Relaciones éticas y de cooperación con la familia del empleado enfermo

Utilización de hospitales de buena categoría

Exámenes médicos periódicos de revisión y chequeo

- Prevención de riesgos para la salud:

Riesgos químicos (intoxicaciones, dermatosis industriales)

Riesgos físicos (ruidos, temperaturas extremas, radiaciones ionizantes y no ionizantes)

Riesgos biológicos (microorganismos patógenos, agentes biológicos, etc.)

- Servicios adicionales: como parte de la inversión empresarial sobre la salud del empleado y de la comunidad, incluyen:

Programa informativo destinado a mejorar los hábitos de vida y explicar asuntos de higiene y de salud. Supervisores, médicos de empresas.

Enfermeros y demás especialistas, podrán dar informaciones en el curso de su trabajo regular

Programa regular de convenios o colaboración con entidades locales, para la prestación de servicios de radiografías, recreativos, conferencias, películas

Verificaciones ínter departamentales – entre supervisores, médicos y ejecutivos – sobre señales de desajuste que implican cambios de tipo de trabajo, de departamento o de horario

Previsiones de cobertura financiera para casos esporádicos de prolongada

ausencia del trabajo por enfermedad o accidente, por medio de planes de seguro de vida colectivo, o planes de seguro médico colectivo, incluyéndose entre los beneficios sociales concedidos por la empresa.

De este modo, aunque esté alejado del servicio, el empleado recibe su salario normal, que se completa mediante este plan.

Extensión de beneficios médicos a empleados pensionados, incluidos planes de pensión o de jubilación

Recordemos que la higiene en el trabajo busca conservar y mejorar la salud de los trabajadores en relación con la labor que realicen, y ésta está profundamente influida por tres grupos de condiciones:

Condiciones ambientales de trabajo: Son las circunstancias físicas que cobijan al empleado en cuanto ocupa un cargo en la organización. Es el ambiente físico que rodea al empleado mientras desempeña su cargo. Los tres ítems más importantes en este aspecto son: iluminación, condiciones atmosféricas (temperatura) y ruido. Otros agentes contaminantes pueden ser químicos (intoxicaciones, dermatosis industriales, etc) y biológicos (agentes biológicos, microorganismos patógenos, entre otro

- Condiciones de tiempo: duración de la jornada de trabajo, horas extras, períodos de descanso, etc.
- Condiciones sociales: Son las que tienen que ver con el ambiente o clima laboral (organización informal, estatus, etc.).

La higiene del trabajo se ocupa del primer grupo, las condiciones ambientales de trabajo, aunque no descuida en su totalidad los otros dos grupos.

3.6 COSTO DE OPERACIONES.

3.6.1 MANO DE OBRA.

Para llevar a cabo este proyecto nos es necesario realizar las contrataciones respectivas de los distintos profesionales que tendrán que cumplir con las exigencias que nuestros estudios lo requieran.

A continuación se detalla la nomina requerida para iniciar con el proyecto:

- Un Gerente General
- Un Contador Auditor
- Tres auxiliares contables
- Una secretaria
- Dos Vendedores
- Un Mensajero

3.6.2 MATERIALES INDIRECTOS.

Suministros y Materiales.

Papel de Impresión

Esferos

Calculadoras

Carpetas Archivo

Perforadoras

Grapadoras

Cuadernos

Formatos

Botiquín

Organizadores, etc.

CAPITULO IV ESTUDIO FINANCIERO

4.1 INTRODUCCIÓN.

La fase financiera y análisis de este proyecto de factibilidad, constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión o algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones, por parte de los accionistas de la firma de asesoría contable tributaria, referente a actividades de inversión.

Definida la parte técnica de la propuesta y una vez evidenciado la aceptación potencial del mercado, entramos a determinar cuán rentable es la ejecución del plan mediante el desarrollo de una fase financiera que ensaya una proyección de los ingresos a cinco años confrontándolos con los egresos y las responsabilidades del mismo período, para llegar a comprobar la factibilidad y rentabilidad de esta proposición. Existen ciertos antecedentes indispensables proclamarlos como indicar que para la fase de inversión e implementación se contaría con el capital que sería entregado por los dos socios:

- Edison Fernando Arias Viteri, CI # 1715486187, 50% de inversión.
- Juan Carlos Arias Viteri, CI # 1709266546 50% de inversión.

Y contaríamos con una fase de endeudamiento de \$10.000,00 (Diez mil dólares americanos) dinero que será proporcionado por una entidad financiera que se encuentre con solidez en sus rentabilidades y al margen porcentual de intereses que se mantienen en el mercado.

4.1.1 PRESUPUESTOS.

1. Que es un presupuesto

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

2. Funciones de los presupuestos

La principal función de los presupuestos se relaciona con el control financiero de la organización.

El control presupuestario es el proceso de descubrir que es lo que se está haciendo, comparando los resultados con los datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.

Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización

3. Importancia de los presupuestos

Presupuestos: Son útiles en la mayoría de las organizaciones como: Utilitaristas (compañías de negocios), no-utilitaristas (agencias gubernamentales), grandes (multinacionales, conglomerados) y pequeñas empresas.

Los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización.

Por medio de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables. Sirven

como mecanismo para la revisión de políticas y estrategias de la empresa y direccionarías hacia lo que verdaderamente se busca.

Facilitan que los miembros de la organización cuantifiquen en términos financieros los diversos componentes de su plan total de acción.

Las partidas del presupuesto sirven como guías durante la ejecución de programas de personal en un determinado periodo de tiempo, y sirven como norma de comparación una vez que se haya completado los planes y programas.

Los procedimientos inducen a los especialistas de asesoría a pensar en las necesidades totales de las compañías, y a dedicarse a planear de modo que puedan asignarse a los varios componentes y alternativas la importancia necesaria.

Los presupuestos sirven como medios de comunicación entre unidades a determinado nivel y verticalmente entre ejecutivos de un nivel a otro. Una red de estimaciones presupuestarias se filtran hacia arriba a través de niveles sucesivos para su ulterior análisis.

4. Objetivos de los presupuestos

Planear integral y sistemáticamente todas las actividades que la empresa debe desarrollar en un periodo determinado.

Controlar y medir los resultados cualitativos y, fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la empresa para lograr el cumplimiento de las metas previstas.

5. Finalidades de los presupuestos

Coordinar los diferentes centros de costos para que aseguren la marcha de la empresa en forma integral.

Planear los resultados de la organización en dinero y volúmenes.

Controlar el manejo de ingresos y egresos de la empresa

Coordinar y relacionar las actividades de la organización.

Lograr los resultados de las operaciones periódicas

4.1.2 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

CUADRO 4.1 VENTAS PROYECTADAS 5 AÑOS

SERVICIOS	VALOR EN DOLARES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
SERV. CONTABLES Y TRIBUTARIOS DE PEQUEÑAS	23,220.00	24,381.00	25,600.05	26,880.05	28,224.06	128,305.16
SERV. CONTABLES Y TRIBUTARIOS DE MEDIANAS	55,728.00	58,514.40	61,440.12	64,512.13	67,737.73	307,932.38
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POR COMISION EN SERV.10%	7,894.80	8,289.54	8,704.02	9,139.22	9,596.18	43,623.75
POR COMISION EN SERV.15%	11,842.20	12,434.31	13,056.03	13,708.83	14,394.27	65,435.63
TOTAL INGRESO	98,685.00	103,619.25	108,800.21	114,240.22	119,952.23	545,296.92

4.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.

CUADRO 4.2 MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	V UNITARIO	V TOTAL
1	ESTAC. TRABAJO GERENCIA	u	150.00	150.00
6	ESTACIONES DE TRABAJO	u	100.00	600.00
3	ARCHIVADORES	u	100.00	300.00
1	CAFETERA	gl	120.00	120.00
1	MICROONDAS	u	150.00	150.00
7	TELEFONOS PARA OFICINAS	u	30.00	180.00
1	MESA CAFETERÍA	u	180.00	180.00
1	MESA REUNIONES	u	220.00	220.00
8	SILLAS REUNIONES	u	30.00	240.00
1	MUEBLES ESPERA CLIENTES	u	500.00	500.00
1	PIZARRA	u	70.00	70.00
TOTAL				2,710.00

CUADRO 4.3 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	V UNITARIO	V TOTAL
5	COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	u	700.00	3,500.00
2	PORTATILES	u	1,000.00	2,000.00
1	INFOCUS	u	700.00	700.00
TOTAL				6,200.00

CUADRO 4.4 INSTALACIONES

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	V UNITARIO	V TOTAL
6	DIVISIONES MODULARES	m2	70.00	420.00
2	ADECUACION SERVICIOS HIGIENICOS	u	80.00	160.00
6	PINTURA OFICINAS	u	30.00	180.00
5	INSTALACION REDES Y EQUIPOS COMP	u	50.00	250.00
40	ALFOMBRADO	m2	16.00	640.00
TOTAL				1,650.00

4.3 INVERSIÓN EN INTANGIBLES.

CUADRO 4.5 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCION	UNIDAD	VALOR
HONORARIO ABOGADOS	u	1000
IMPUESTOS POR APERTURA	u	200
PATENTES	u	120
PERMISOS	u	220.00
	TOTAL	1,240.00

CUADRO 4.6 PUBLICIDAD

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	V UNITARIO	V TOTAL
1	PAGINA WEB	u	700.00	700.00
1	VOLANTES	u	150.00	150.00
3	PUBLICACIONES	u	80.00	240.00
	TOTAL			1,090.00

CUADRO 4.7 ACTIVO DIFERIDO

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	V UNITARIO	V TOTAL
1	GARANTÍA POR ARREND.(ARRIENDO*2)	u	800.00	800.00
				800.00

4.4 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.

CUADRO 4.8 CAPITAL DE TRABAJO

INVERSION CAPITAL DE TRABAJO		
		Mensual
SERVICIOS PUBLICOS		230.00
ARRENDAMIENTO		400.00
NOMINA		5,713.92
FINANCIEROS		141.67
COMERCIAL Y VTAS		900.00
	Total x mes	7,385.58
	Nro, Meses	2.00
	Total capital de trabajo	14,771.17

4.4.1 COSTOS EN MANO DE OBRA.

CUADRO 4.9 NOMINA MENSUAL PROYECTADA

EMPLEADOS	NOMINA	COSTOS REALES					Total costo	
		SUELDO ACUM.	APORTE PATR	XII	XIV	FR	vac	MENSUAL
No. 1	GERENTE	1,400.00	170.10	116.67	22.00	116.67	58.33	1,883.77
No. 1	CONTADOR AUDITOR	1,000.00	121.50	83.33	22.00	83.33	41.67	1,351.83
No. 3	AUXILIARES CONTABLES	1,200.00	145.80	100.00	22.00	100.00	50.00	1,617.80
No. 1	SECRETARIA	350.00	42.53	29.17	22.00	29.17	14.58	487.44
No. 1	MENSAJERO	264.00	32.08	22.00	22.00	22.00	11.00	373.08

CUADRO 4.10 NOMINA PROYECTADA A 5 AÑOS

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GERENTE	22,605.20	23,057.30	23,518.45	23,988.82	24,468.60
CONTADOR AUDITOR	16,222.00	16,546.44	16,877.37	17,214.92	17,559.21
AUX CONTABLES	19,413.60	19,801.87	20,197.91	20,601.87	21,013.90
SECRETARIA	5,849.30	5,966.29	6,085.61	6,207.32	6,331.47
LIMPIEZA	4,476.91	4,566.45	4,657.78	4,750.93	4,845.95
TOTAL	68,567.01	69,938.35	71,337.12	72,763.86	74,219.14

CUADRO 4.11 COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DOS VENDEDORES	8,400.00	8,400.00	8,400.00	8,400.00	8,400.00
PUBLICIDAD	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
MOVILIZ PUBLICIDAD	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
TOTAL	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00

4.4.2 COSTOS EN INDIRECTOS.

Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos, ni son costos del servicio.

Ejemplos de costos indirectos:

- Mano de obra indirecta y materiales indirectos.
- Calefacción, luz y energía de fábrica.
- Arrendamiento del edificio de fábrica.
- Depreciación del edificio y del equipo de fábrica.
- Impuesto sobre el edificio de fábrica.

CUADRO 4.12 SERVICIOS PÚBLICOS

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AGUA	300.00	306.00	312.12	318.36	324.73
LUZ	360.00	367.20	374.54	382.03	389.68
TELÉFONO	960.00	979.20	998.78	1,018.76	1,039.13
INTERNET	540.00	550.80	561.82	573.05	584.51
LIMPIEZA	600.00	612.00	624.24	636.72	649.46
TOTAL	2,760.00	2,815.20	2,871.50	2,928.93	2,987.51

CUADRO 4.13 ARRIENDOS

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ARRENDAMIENTO	4,800.00	4,896.00	4,993.92	5,093.80	5,195.67
TOTAL	4,800.00	4,896.00	4,993.92	5,093.80	5,195.67

DEPRECIACIÓN, MÉTODO DE DISMINUCIÓN SOBRE EL SALDO

CUADRO 4.14 DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

Valor del Activo:	2,710	\$USD
Valor Residual:	542	\$USD
No. De años de vida útil:	10	años
Tasa de depreciación:	14.87%	

MUEBLES Y ENSERES		20% Salvamento en Valor de Activos			
Años	Valor en libros	% Depreciación	Cargo por Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor Neto
1	2,710	14.87%	402.87	402.87	2,307.13
2	2,307	14.87%	342.98	745.85	1,964.15
3	1,964	14.87%	291.99	1,037.84	1,672.16
4	1,672	14.87%	248.58	1,286.42	1,423.58
5	1,424	14.87%	211.63	1,498.05	1,211.95
6	1,212	14.87%	180.17	1,678.22	1,031.78
7	1,032	14.87%	153.38	1,831.60	878.40
8	878	14.87%	130.58	1,962.19	747.81
9	748	14.87%	111.17	2,073.36	636.64
10	637	14.87%	94.64	2,168.00	542.00

CUADRO 4.15 DEPRECIACIÓN ADECUACIONES

Valor del Activo:	2,130	\$USD
Valor Residual:	426	\$USD
No. De años de vida útil:	10	años
Tasa de depreciación:	14.87%	

ADECUACIONES		20% Salvamento en Valor de Activos			
Años	Valor en libros	% Depreciación	Cargo por Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor Neto
1	2,130	14.87%	316.65	316.65	1,813.35
2	1,813	14.87%	269.57	586.22	1,543.78
3	1,544	14.87%	229.50	815.72	1,314.28
4	1,314	14.87%	195.38	1,011.10	1,118.90
5	1,119	14.87%	166.34	1,177.44	952.56
6	953	14.87%	141.61	1,319.04	810.96
7	811	14.87%	120.56	1,439.60	690.40
8	690	14.87%	102.63	1,542.24	587.76
9	588	14.87%	87.38	1,629.61	500.39
10	500	14.87%	74.39	1,704.00	426.00

CUADRO 4.16 EQUIPO DE COMPUTO

Valor del Activo:	6,200	\$USD
Valor Residual:	1,240	\$USD
No. De años de vida útil:	3	años
Tasa de depreciación:	41.52%	

EQUIPO DE COMPUTO		20% Salvamento en Valor de Activos			
Años	Valor en libros	% Depreciación	Cargo por Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor Neto
1	6,200	41.52%	2,574.22	2,574.22	3,625.78
2	3,626	41.52%	1,505.41	4,079.63	2,120.37
3	2,120	41.52%	880.37	4,960.00	1,240.00
4	1,240	41.52%	514.84	5,474.84	725.16
5	725	41.52%	301.08	5,775.93	424.07
6	424	41.52%	176.07	5,952.00	248.00
7	248	41.52%	102.97	6,054.97	145.03
8	145	41.52%	60.22	6,115.19	84.81
9	85	41.52%	35.21	6,150.40	49.60
10	50	41.52%	20.59	6,170.99	29.01

CUADRO 4.17 AMORTIZACIÓN PRÉSTAMOS

Años	Capital No Pagado	Interes 17%	Capital Pagado	Pago
0	\$ 10,000.00			
1	\$ 10,000.00	\$ 1,700.00	\$ 1,425.64	\$ 3,125.64
2	\$ 8,574.36	\$ 1,457.64	\$ 1,668.00	\$ 3,125.64
3	\$ 6,906.36	\$ 1,174.08	\$ 1,951.56	\$ 3,125.64
4	\$ 4,954.81	\$ 842.32	\$ 2,283.32	\$ 3,125.64
5	\$ 2,671.49	\$ 454.15	\$ 2,671.49	\$ 3,125.64

4.5 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN.

CUADRO 4.18 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

ASECONT CIA. LTDA. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS A ENERO DEL 2011					
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por servicios					
Serv Contab. de pequeñas empresas	31,114.80	32,670.54	34,304.07	36,019.27	37,820.23
Serv Contab. de medianas empresas	67,570.20	70,948.71	74,496.15	78,220.95	82,132.00
TOTAL VENTAS	98,685.00	103,619.25	108,800.21	114,240.22	119,952.23
GASTOS DE VENTAS					
Gastos de comercialización y Ventas	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00
UTILIDAD OPERATIVA	87,885.00	92,819.25	98,000.21	103,440.22	109,152.23
EGRESOS					
Nomina	68,567.01	69,938.35	71,337.12	72,763.86	74,219.14
Gastos de Servicios	2,760.00	2,815.20	2,871.50	2,928.93	2,987.51
Arrendamiento	4,800.00	4,896.00	4,993.92	5,093.80	5,195.67
Pago de Intereses	1,700.00	1,457.64	1,174.08	842.32	454.15
TOTAL EGRESOS	77,827.01	79,107.19	80,376.63	81,628.91	82,856.48
UTILIDAD ACUMULADA	10,057.99	13,712.06	17,623.59	21,811.31	26,295.76
Depreciaciones	3,293.73	2,117.96	1,401.86	958.81	679.05
Amortizaciones	1,425.64	1,668.00	1,951.56	2,283.32	2,671.49
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMP.	5,338.62	9,926.10	14,270.17	18,569.18	22,945.22
Participación a Trabajadores 15%	800.79	1488.91	2,140.53	2,785.38	3,441.78
Impuestos 25%	1,134.46	2109.30	3,032.41	3,945.95	4,875.86
Utilidad Neta o Perdida del Ejercicio	3,403.37	6,327.89	9,097.23	11,837.85	14,627.58

Gerente General Contador

4.5.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS.

El horizonte de planeación de este proyecto concibe cinco años de proyección, los cuales serán afectados año tras año por la inflación acumulada, 4.02% según el Banco Central del Ecuador estadísticas 2009 sector servicios; y por un crecimiento en captura de clientes de 72 anuales; finalmente el mercado potencial definido en la etapa de diagnóstico soporta estas metas de captura de clientes.

Tanto el precio y la cantidad demandada fueron fijadas en etapas anteriores y estos serán importantes para esta proyección de ingresos:

CUADRO 4.19 AFECTACIÓN AL INGRESO

TEMA	% INCREMENTO ANUAL
Inflación acumulada proyección 2.011 sector servicios BCE	3.33%
Cantidad Demandada	72

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO
ELABORADO POR: EDISON ARIAS

Con estas afectaciones nuestro flujo de ingresos proyectado a cinco años sería:

CUADRO 4.20 VENTAS PROYECTADAS 5 AÑOS

SERVICIOS	VALOR EN DOLARES				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERV. CONTABLES Y TRIBUTARIOS DE PEQUEÑAS	23,220.00	24,381.00	25,600.05	26,880.05	28,224.06
SERV. CONTABLES Y TRIBUTARIOS DE MEDIANAS	55,728.00	58,514.40	61,440.12	64,512.13	67,737.73
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
POR COMISION EN SERV. 10%	7,894.80	8,289.54	8,704.02	9,139.22	9,596.18
POR COMISION EN SERV. 15%	11,842.20	12,434.31	13,056.03	13,708.83	14,394.27
TOTAL INGRESO	98,685.00	103,619.25	108,800.21	114,240.22	119,952.23

4.5.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS.

Al transcurrir la investigación metodológica efectuada en este proyecto de factibilidad se fueron evidenciando los recursos necesarios para su implementación o puesta en marcha; estos egresos estarían constituidos por una inversión inicial, que como ya se mencionó se obtendría con aporte de capital de los dos futuros socios por igual.

GRAFICO 4.1 FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS



4.6 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.

CUADRO 4.21 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ASECONT CIA. LTDA. BALANCE DE SITUACION INICIAL AL 01 DE ENERO DEL 2011			
ACTIVOS			
Activos Disponible Caja / Bancos	14,771.17		
TOTAL ACTIVO DISPONIBLE		14,771.17	
Activos Fijos			
Muebles y Enseres	2,710.00		
Adecuaciones	1,650.00		
Equipos de Computación	6,200.00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS		10,560.00	
Garantias Entregadas	800.00		
Total Activos Diferidos		800.00	
Gastos de constitución	1,240.00		
Gastos preoperativos	1,090.00		
TOTAL OTROS ACTIVOS		2,330.00	
TOTAL ACTIVOS			28,461.17
PASIVOS			
Préstamos Bancario	10,000.00		
TOTAL PASIVOS		10,000.00	10,000.00
PATRIMONIO			
Capital Suscrito y Pagado	18,461.17		
TOTAL CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO		18,461.17	18,461.17
TOTAL PATRIMONIO		18,461.17	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			28,461.17
Gerente General		Contador	

4.7 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.

CUADRO 4.19 FLUJO DE CAJA

ASECONT CIA. LTDA. FLUJO DE FONDOS AL PRIMERO DE ENERO DEL 2011						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
VENTAS		98,685.00	103,619.25	108,800.21	114,240.22	119,952.23
EGRESOS						
NOMINA		68,567.01	69,938.35	71,337.12	72,763.86	74,219.14
GASTOS DE SERVICIOS		2,760.00	2,815.20	2,871.50	2,928.93	2,987.51
ARRENDAMIENTO		4,800.00	4,896.00	4,993.92	5,093.80	5,195.67
PAGO DE INTERESES		1,700.00	1,457.64	1,174.08	842.32	454.15
GTOS DE COMERZN. Y VENTAS		10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00
TOTAL EGRESOS		88,627.01	89,907.19	91,176.63	92,428.91	93,656.48
UTILIDAD		10,057.99	13,712.06	17,623.59	21,811.31	26,295.76
DEPRECIACIONES		3,293.73	2,117.96	1,401.86	958.81	679.05
AMORTIZACIONES		1,425.64	1,668.00	1,951.56	2,283.32	2,671.49
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS		5,338.62	9,926.10	14,270.17	18,569.18	22,945.22
participacion a trabajadores 15%		800.79	1,488.91	2,140.53	2,785.38	3,441.78
impuestos 25%		1,134.46	2,109.30	3,032.41	3,945.95	4,875.86
UTILIDAD NETA		3,403.37	6,327.89	9,097.23	11,837.85	14,627.58
Muebles y enseres	-2,710.00					
Adecuaciones	-1,650.00					
Equipo de Computación	-6,200.00					
Garantías Entregadas	-800.00					
Gastos pre operativos	-2,330.00					
Capital de trabajo	-14,771.17					
FINANCIAMIENTO	10,000.00					
(+) DEP Y AMORT		4,719.37	3,785.96	3,353.42	3,242.13	3,350.53
(-) PAGO DE CAPITAL		3,125.64	3,125.64	3,125.64	3,125.64	3,125.64
(+) Valor de rescate activos fijos						2,588.59
(+) Valor de rescate capital de trabajo						15,571.17
Flujo Neto de Fondos	-18,461.17	4,997.10	6,988.21	9,325.01	11,954.34	33,012.23

4.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.

4.8.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO, VAN, BENEFICIO-COSTO, PAY-BACK, TIR.

CUADRO 4.20 EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO	
Tasa Pasiva BCE	4.59%
Tasa de Inflación	3.33%
Riesgo País	7.84%
TOTAL	15.76%
Valor actual neto	19,620.28
Beneficio / Costo	2.06
Pay - Back	2.3
Tasa interna de retorno	43%

4.9 CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

4.9.1 VALOR PRESENTE NETO.

Siendo el VAN de US\$ 19.620,28 significa que el proyecto es rentable (VAN>0) ya que al finalizar la vida útil del proyecto descontada la participación de la inversión del flujo de fondos actualizado se obtiene resultados positivos. Considerando una inversión pequeña en relación a los rendimientos futuros que se obtendrán el proyecto es bastante atractivo y por ende su VAN es alto; esto, lógicamente se condiciona a la meta de captura anual de 72 empresas en dónde se realizará el servicio de asesoría contable y tributaria.

4.9.2 TASA INTERNA DE RETORNO.

Siendo la TIR de 43%; significa que la inversión del proyecto se la recupera a una tasa del 43%. La TIR es alta debido a que la inversión del proyecto en compensación a las ventas futuras esperadas sobrepasa su porcentaje al monto de la inversión inicial.

4.9.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

El periodo de recuperación determina en que tiempo exactamente se recupera la inversión requerida por el proyecto. Para determinar el periodo de recuperación se realiza una acumulación de los valores del flujo de fondos para cada año hasta obtener el valor establecido como inversión.

Desde el segundo año; la empresa futura tiene la posibilidad de generar estabilidad financiera a futuro

RAZÓN COSTO BENEFICIO.

La Razón Beneficio-Costo, compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual, tanto del desembolso original como de otros gastos en que se incurran en el período de operación, o sea de los beneficios y costos actualizados a un cierto momento, dividiendo los primeros por los segundos de manera que:

Razón Beneficio-Costo = (Valor actual de entradas de efectivo)/(Valor actual de salidas de efectivo)

Beneficio / Costo: 2.06

CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

A continuación daremos unas declaraciones cortas y concisas de las inferencias que se han obtenido gracias al trabajo de investigación realizado.

- Una vez analizado el escenario actual de las compañías que se dedican a esta actividad se ha identificado que:
 - * Existe un mercado potencial a capturar,
 - * No existe un correcto sistema de promoción, difusión y captura de clientes.
- Ante la necesidad imperante de aplicación de las NIIF, NIC en las empresas ecuatorianas y la evidencia en la investigación de campo; nuestra futura empresa tiene que promulgar con intensidad el asesoramiento e implementación de sistemas contables y libros financieros que manejen estas normas.
- Con las herramientas utilizadas, cadena de valor, se identificó que la inversión en este proyecto es alta pero se suple por la rentabilidad que se obtendría.
- Valiéndonos de la evaluación del factor financiero y la inversión que se requirió para la creación de esta firma, se pudo demostrar la factibilidad de este proyecto, basándonos en el positivo resultado de los diferentes indicadores financieros como son el VAN, TIR.

Podemos concluir que se ha logrado a través de la investigación realizada, obtener resultados positivos para el proyecto, logrando así superar las expectativas del investigador y sus colaboradores.

5.2 Recomendaciones.

Quedan planteados los sistemas de comunicación directa para los potenciales clientes, esto como un factor diferencial ante los competidores; pretende alcanzar una ventaja competitiva a largo plazo.

La aplicación de las NIIF, NIC tienen que ser parte de nuestro servicio en cada procedimiento que se aplique ya que quedó demostrado que esta nueva normativa contable es una falencia actual en las empresas Ecuatorianas.

Como recomendación final citaremos la sugerencia de aplicación de este proyecto ya que financieramente se demostró su viabilidad.

Absolutamente convencidos que el estudio enmarcado minimizaría riesgo de implementación y operación avizoramos a futuro la ejecución de este proyecto de factibilidad que además sería el retorno de la inversión realizada en la U.D.L.A.

Bibliografía:**TEXTOS:**

AKER y George S. Day, David A. Investigación de mercados ; tercera edición

BACA URBINA Gabriel, "EVALUACIÓN DE PROYECTOS", 4ta edición, página 160, McGraw-Hill

BEN SCHNEIDER; *Resiliencia*

ESTADÍSTICA PARA LA ADMINISTRACIÓN; BERENSON Mark, LEVINE David, KREHBIEL Timothy; segunda edición; Prentice Hall Pearson

KOTLER Philip, "EL MARKETING SEGÚN KOTLER", editorial Paidós, ISBN 950- 12-1067-7

KOTLER Philip, DIRECCIÓN DE MARKETING, 10ma Edición, México: Editorial. Pearson Prentice Hall, 2001, pp. 699.

M. PORTER; *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*

MANUAL PRACTICO DE DERECHO SOCIETARIO, Cámara de Comercio de Quito, junio 2004

MANUAL DE DERECHO SOCIETARIO CAMARA DE COMERCIO DE QUITO 2004, páginas desde 01 a 08

MANKIW N. Gregory, "PRINCIPIOS DE ECONOMÍA", 3ra Edición, México: Editorial Mc Graw-Hill 2004, pp. 515.

NOGALES, Ángel; "INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO"
Escuela superior de Gestión comercial y marketing, capítulo 4

ROSS; Westerfield; Jaffe, "FINANZAS CORPORATIVAS", 7ma Edición,
México: Editorial Mc Graw-Hill 2005, pp923

SAENZ FLORES Juan Rodrigo "MANUAL DE EVALUACIÓN
FINANCIERA DE PROYECTOS"

DIARIO HOY, publicado el 14/Enero/2009

INTERNET:

[http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/30/inv.
htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/30/inv.htm)

www.sri.gov.ec

<http://www.google.com>

<http://www.altavista.com>

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

<http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=464>

www.supercias.gov.ec

<http://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial>

<http://www.unap.cl/public/10-Servuccion.pdf>

<http://www.randstad.es>

ANEXOS

Anexo 1

Qué es Tributación.- Es el conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, propiedades, mercancías servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, vivienda, etc.

Qué son las NIC / NIIF.- El proceso de globalización de la economía ha impuesto a las empresas, entre otras necesidades, la de lograr un alto grado de comparabilidad de la información financiera en el ámbito internacional. La armonización en esta materia, junto con mayores niveles de transparencia, constituye un instrumento imprescindible para lograr una mayor calidad en **la información financiera** disponible para los distintos usuarios y grupos interesados, y para una toma de decisiones más fundamentada por parte de los inversores, en beneficio de un funcionamiento más eficiente de los mercados.

Las **NIIF** ó **Normas Internacionales de Información Financiera** son elaboradas desde 1973 por el IASC (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad) posterior IASB desde 2001 (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad) en aras a desarrollar normativa clara y de fácil aplicación en lo referente a las normas de valoración aplicables a cuentas anuales y consolidadas de determinadas formas sociales, bancos y otras entidades financieras. Las **NIC - Normas Internacionales de Contabilidad**, son en definitiva un conjunto de normas que establecen la información que debe presentarse y cómo ha de presentarse en los estados financieros y contables.

Qué es Contabilidad.- La contabilidad es la disciplina que sirve para proporcionar información útil en la toma de decisiones económicas. Ha

venido siendo definida como Ciencia del Patrimonio, y ello porque su objeto es el estudio y la representación del patrimonio empresarial, tanto desde un punto de vista estático como dinámico.

El producto final de la contabilidad son todos los Estados Contables o Estados Financieros que son los que resumen la situación económica y financiera de la empresa. Esta información resulta útil para gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

Anexo 2

LEYES TRIBUTARIAS.-

Consumidor final.- En economía y comercio, consumidor final (también llamado usuario final, por traducción del vocablo inglés *end-user*) se define como la persona que realmente utiliza un producto. El consumidor final difiere del cliente, que puede comprar el producto pero no necesariamente consumirlo; por ejemplo, en el caso de la ropa infantil, un padre puede comprar prendas como cliente de un establecimiento pero el consumidor final es el niño.⁸

Contabilidad.- La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos. Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la compañía, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales, entre otros. De manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa. Se dice también que la contabilidad es el lenguaje de los negocios pero no existe una definición universalmente aceptada.

Segmentación de mercado.- La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos. Estos

3 <http://www.altavista.com>

segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables).

Mercadotecnia.- Ciencia, un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. El especialista en el área de mercadotecnia se llama "Mercadólogo".

Merchandising.- (término anglosajón compuesto por la palabra *merchandise*, cuyo significado es mercancía y la terminación *-ing*, que significa acción), o micro-mercadotecnia es la parte del marketing que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta. Son actividades que estimulan la compra en el punto de venta. Es el conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final. En contraposición a la presentación pasiva, se realiza una presentación activa del producto o servicio utilizando una amplia variedad de mecanismos que lo hacen más atractivo: colocación, presentación, etc.

Muestra Estadística.- En estadística una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma.

Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo. En tales casos, puede obtenerse una información similar a la de un estudio exhaustivo con mayor rapidez y menor coste.

Población.- En sociología y biología, una población es un grupo de personas, u organismos de una especie particular, que viven en un área geográfica, o espacio, y cuyo número se determina normalmente por un censo.

Rentabilidad.- En economía, el concepto de rentabilidad se refiere a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado. Puede hacer referencia a:

- Rentabilidad económica (relacionada con el afán de lucro de toda empresa privada; uso más común).

Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

- Rentabilidad social (objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas).

SRI.- Servicio de Rentas Internas. Organismo fiscal ecuatoriano recaudador de impuestos.

Tributos.- Los tributos son ingresos públicos de Derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente, exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la Ley vincula el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posible vinculación a otros fines.

TIPOS DE NIIF y NIC.-

NIIF:

- [NIIF 1](#) Adopción, por Primera Vez, de las Normas Internacionales de Información Financiera
- [NIIF 2](#) Pagos Basados en Acciones
- [NIIF 3](#) Combinaciones de Empresas
- [NIIF 4](#) Contratos de Seguros
- [NIIF 5](#) Activos no Corrientes Mantenedos para la Venta y Operaciones Discontinuas
- [NIIF 6](#) Exploración y Evaluación de Recursos Minerales
- [NIIF 7](#) Instrumentos Financieros: Información a Revelar
- [NIIF 8](#) Segmentos de funcionamiento

NIC:

- [NIC 1](#) Presentación de Estados
- [NIC 2](#) Inventarios / Existencias
- [NIC 7](#) Estados de Flujo de Efectivo
- [NIC 8](#) Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores
- [NIC 10](#) Hechos Ocurridos Después de la Fecha del Balance
- [NIC 11](#) Contratos de Construcción
- [NIC 12](#) Impuesto a las Ganancias
- [NIC 14](#) Información Financiera por segmentos
- [NIC 16](#) Propiedades, Planta y Equipo
- [NIC 17](#) Arrendamientos
- [NIC 18](#) Ingresos Ordinarios
- [NIC 19](#) Beneficios a los Empleados
- [NIC 20](#) Contabilización de las Subvenciones del Gobierno e Información a Revelar sobre Ayudas Gubernamentales
- [NIC 21](#) Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera
- [NIC 23](#) Costos por Intereses

- [NIC 24](#) Informaciones a Revelar sobre Partes Relacionadas
- [NIC 26](#) Contabilización e Información Financiera sobre Planes de Beneficio por Retiro
- [NIC 27](#) Estados Financieros Consolidados y Separados
- [NIC 28](#) Inversiones en Empresas Asociadas
- [NIC 29](#) Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias
- [NIC 30](#) Información a revelar en los estados financieros de bancos y entidades financieras similares
- [NIC 31](#) Participaciones en Negocios Conjuntos
- [NIC 32](#) Instrumentos Financieros: Presentación e Información a Revelar
- [NIC 33](#) Ganancias por Acción
- [NIC 34](#) Información Financiera Intermedia
- [NIC 36](#) Deterioro del Valor de los Activos
- [NIC 37](#) Provisiones, Activos Contingentes y Pasivos Contingentes
- [NIC 38](#) Activos Intangibles
- [NIC 39](#) Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Valoración
- [NIC 40](#) Inversiones inmobiliarias
- [NIC 41](#) Agricultura

Anexo 3



RESOLUCIÓN No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11. 01

MARCELO ICAZA PONCE
SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS

CONSIDERANDO:

QUE, el Art. 294 de la Ley de Compañías faculta al Superintendente de Compañías, determinar mediante resolución los principios contables que aplicarán obligatoriamente en la elaboración de los estados financieros, las compañías y entidades sujetas a su control;

QUE el Art. 295 del mismo cuerpo legal le confiere atribuciones para reglamentar la oportuna aplicación de tales principios;

QUE, mediante Resolución No. SC.Q.ICI.004 de 21 de agosto de 2006, publicada en el Registro Oficial No. 348 de 4 de septiembre del mismo año, la Superintendencia de Compañías dispuso que sus controladas adopten las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF", a partir del 1 de enero de 2009;

QUE con Resolución No. ADM.8199 de 3 de julio de 2008, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 378 de 10 de julio de 2008, ratificó la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF";

QUE, mediante Resolución No. 08.G.DSC.010 del 20 de noviembre de 2008, publicada en el Registro Oficial No. 498 del 31 de diciembre de 2008, el Superintendente de Compañías estableció el cronograma de aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF" por parte de las compañías y entes sujetos al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, determinando tres grupos;

QUE, en el numeral 3 del Art. Primero de la resolución citada en el considerando anterior, se señala que el tercer grupo de compañías no consideradas en los dos grupos anteriores, aplicarán NIIF a partir del 1 de enero de 2012;

QUE, el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), en julio de 2009 emitió la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), cuya versión en español se editó en septiembre del mismo año;

QUE, las decisiones sobre a qué entidades se les requiere o permite utilizar las NIIF emitidas por el IASB recaen en las autoridades legislativas y reguladores y en los emisores de normas de cada jurisdicción de aplicación de las Normas para PYMES;

QUE, con Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005 de 5 de noviembre de 2010, publicada en el Registro Oficial No. 335 de 7 de diciembre de 2010, la Superintendencia de Compañías acogió la clasificación de PYMES, en concordancia con la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260;



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

2

RESOLUCIÓN No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11. 01

QUE, es esencial una clara definición de la clase de entidades a las que se dirige las NIIF para las PYMES;

QUE, el Art. 433 de la Ley de Compañías faculta al Superintendente de Compañías para expedir regulaciones, reglamentos y resoluciones que considere necesarios para el buen gobierno, vigilancia y control de las compañías sujetas a su supervisión; y,

En ejercicio de las atribuciones conferidas por la Ley,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO.- Para efectos del registro y preparación de estados financieros, la Superintendencia de Compañías califica como PYMES a las personas jurídicas que cumplan las siguientes condiciones:

- a) Activos totales inferiores a CUATRO MILLONES DE DÓLARES;
- b) Registren un Valor Bruto de Ventas Anuales inferior a CINCO MILLONES DE DÓLARES; y,
- c) Tengan menos de 200 trabajadores (Personal Ocupado). Para este cálculo se tomará el promedio anual ponderado.

Se considerará como base los estados financieros del ejercicio económico anterior al período de transición.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Las compañías y entes definidos en el artículo primero numerales 1 y 2 de la Resolución No. 08.G.DSC.010 de 20 de noviembre de 2008, publicada en el Registro Oficial No. 498 de 31 de diciembre de 2008, aplicarán NIIF completas.

ARTÍCULO TERCERO.- Toda compañía sujeta al control de esta Superintendencia, que optare por la inscripción en el Registro de Mercado de Valores, aplicará NIIF completas, siendo su período de transición el año inmediato anterior al de su inscripción;

ARTÍCULO CUARTO.- Si una compañía regulada por la Ley de Compañías, actúa como constituyente u originador en un contrato fiduciario, a pesar de que pueda estar calificada como PYME, deberá aplicar NIIF completas;

ARTÍCULO QUINTO.- Sustituir el numeral 3 del artículo primero de la Resolución No. 08.G.DSC.010 del 20 de noviembre de 2008, publicada en el Registro Oficial No. 498 del 31 de diciembre de 2008, por el siguiente:

"... Aplicarán la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), para el registro, preparación y presentación de estados financieros, a partir del 1 de enero de 2012, todas aquellas compañías que cumplan las condicionantes señaladas en el artículo primero de la presente Resolución.

Se establece el año 2011 como período de transición; para tal efecto este grupo de compañías deberán elaborar y presentar sus estados financieros comparativos con



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

3

RESOLUCIÓN No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11. 01

observancia a la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), a partir del año 2011”

ARTÍCULO SEXTO.- En el numeral 2 del artículo primero de la Resolución No. 08.G.DSC.010 de 20 de noviembre de 2008, publicada en Registro Oficial No. 498 de 31 de diciembre de 2008, sustituir “...Las compañías que tengan activos iguales o superiores a US\$ 4'000.000 al 31 de diciembre de 2007”, por lo siguiente: “Las compañías que en base a su estado de situación financiera cortado al 31 de diciembre de cada año, presenten cifras iguales o superiores a las previstas en el artículo primero de esta Resolución, adoptarán por el ministerio de la ley y sin ningún trámite, las NIIF completas, a partir del 1 de enero del año subsiguiente, pudiendo adoptar por primera vez las NIIF completas en una sola ocasión; por tanto, si deja de usarla durante uno o más períodos sobre los que informa o elige adoptarla nuevamente con posterioridad, ajustará sus estados financieros como si hubiera estado utilizando NIIF completas en todos los períodos en que dejó de hacerlo.

ARTÍCULO SÉPTIMO.- Si la situación de cualquiera de las compañías definidas en el primero y segundo grupos de la Resolución No. 08.G.DSC.010 de 20 de noviembre de 2008, publicada en el Registro Oficial No. 498 de 31 de diciembre del mismo año, cambiare, independientemente de si su marco contable anterior estuvo basado en NIIF completas, aplicará lo dispuesto en la sección 35 “**Transición a la NIIF para las PYMES**”, párrafos 35.1 y 35.2, que dicen:

“35.1. Esta Sección se aplicará a **una entidad que adopte por primera vez la NIIF para las PYMES**, independientemente de si su marco contable anterior estuvo basado en las **NIIF completas** o en otro conjunto de principios de contabilidad generalmente aceptados (PCGA), tales como sus normas contables nacionales, o en otro marco tal como la base del impuesto a las ganancias local.

35.2 Una entidad solo puede adoptar por primera vez la *NIIF para las PYMES* en una única ocasión. Si una entidad que utiliza la *NIIF para las PYMES* deja de usarla durante uno o más **períodos sobre los que se informa** y se le requiere o elige adoptarla nuevamente con posterioridad, las exenciones especiales, simplificaciones y otros requerimientos de esta sección no serán aplicables a nueva adopción.”.

ARTÍCULO OCTAVO.- Si la Institución, ejerciendo los controles que le facultan la Ley de Compañías y la Ley de Mercado de Valores, estableciere que los datos y cifras que constan en los estados financieros presentados a la Superintendencia de Compañías, no responden a la realidad financiera de la empresa, se observará al representante legal, requiriéndole que presente los respectivos descargos, para cuyo efecto se concederá hasta el plazo máximo previsto en la Ley de Compañías y Ley de Mercado de Valores; de no presentar los descargos requeridos, se impondrán las sanciones contempladas en las leyes de la materia y sus respectivos Reglamentos.

ARTÍCULO NOVENO.- Las compañías del tercer grupo que cumplan las condiciones señaladas en el artículo primero de la presente Resolución, en el periodo de transición (año 2011), elaboraran obligatoriamente un cronograma de implementación y las conciliaciones referidas en el artículo segundo de la Resolución No. 08.G.DSC.010 de 20 de noviembre de 2008.



RESOLUCIÓN No. SC.Q.ICL.CPAIFRS.11. 01

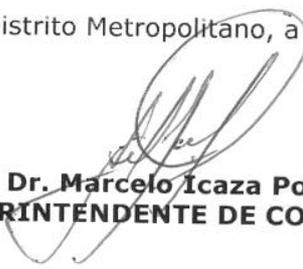
Los ajustes efectuados al inicio y al término del período de transición, deberán contabilizarse el 1 de enero de 2012.

ARTÍCULO DÉCIMO.- Sin perjuicio de lo señalado anteriormente, cualquiera de las compañías calificadas como PYME podrá adoptar NIIF completas para la preparación y presentación de sus estados financieros, decisión que comunicará a la Superintendencia de Compañías, debiendo posteriormente cumplir con las respectivas disposiciones legales.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- Aquellas compañías que por efectos de la presente Resolución deben aplicar las NIIF completas, prepararán la información contenida en el artículo segundo de la Resolución No. 08.G.DSC.010 del 20 de noviembre de 2008 y remitirán a esta Superintendencia, hasta el 31 de mayo de 2011 el cronograma de implementación aprobado en junta general de socios o accionistas, o por el organismo que estatutariamente esté facultado para tales efectos; y, hasta el 30 de noviembre de 2011, la conciliación del patrimonio neto al inicio del período de transición, aprobada por el directorio o por el organismo que estatutariamente estuviere facultado.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- La presente Resolución entrará en vigencia desde esta fecha, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dada y firmada, en Quito, Distrito Metropolitano, a 12 de enero de 2011.



Dr. Marcelo Icaza Ponce
SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS

ASECONT CIA. LTDA.
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
A ENERO DEL 2011

INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por servicios					
Serv Contab. de pequeñas empresas	31.114,80	32.670,54	34.304,07	36.019,27	37.820,23
Serv Contab. de medianas empresas	67.570,20	70.948,71	74.496,15	78.220,95	82.132,00
TOTAL VENTAS	98.685,00	103.619,25	108.800,21	114.240,22	119.952,23
GASTOS DE VENTAS					
Gastos de comercializacion y Ventas	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
UTILIDAD OPERATIVA	87.885,00	92.819,25	98.000,21	103.440,22	109.152,23
EGRESOS					
Nomina	68.567,01	69.938,35	71.337,12	72.763,86	74.219,14
Gastos de Servicios	2.760,00	2.815,20	2.871,50	2.928,93	2.987,51
Arrendamiento	4.800,00	4.896,00	4.993,92	5.093,80	5.195,67
Pago de Intereses	1.700,00	1.457,64	1.174,08	842,32	454,15
TOTAL EGRESOS	77.827,01	79.107,19	80.376,63	81.628,91	82.856,48
UTILIDAD ACUMULADA	10.057,99	13.712,06	17.623,59	21.811,31	26.295,76
Depreciaciones	3.293,73	2.117,96	1.401,86	958,81	679,05
Amortizaciones	1.425,64	1.668,00	1.951,56	2.283,32	2.671,49
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMP.	5.338,62	9.926,10	14.270,17	18.569,18	22.945,22
Participacion a Trabajadores 15%	800,79	1488,91	2.140,53	2.785,38	3.441,78
Impuestos 25%	1.134,46	2109,30	3.032,41	3.945,95	4.875,86
Utilidad Neta o Perdida del Ejercicio	3.403,37	6.327,89	9.097,23	11.837,85	14.627,58

Gerente General

Contador