



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE TECNOLOGÍA EN FINANZAS

TÍTULO DEL TRABAJO
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ASESORÍA Y CONSULTORÍA
TRIBUTARIA, CONTABLE EN LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS NEGOCIOS DEL
SECTOR CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para
optar por el título de
TECNOLOGAS EN FINANZAS

Profesor Guía
Ing. Wilman Bravo

Autor / es
María Teresa Coyago Pichucho
Jazmina Alejandra Pazmiño Freire

Año
2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con las estudiantes Maria Teresa Coyago Pichucho y Jazmina Alejandra Pazmiño Freire, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....

Wilman Bravo

Ingeniero

Número Cédula: # 0102839305

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LOS ESTUDIANTES

“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”

.....
María Teresa Coyago Pichucho
C.I. No.1717733859

.....
Jazmina Alejandra Pazmiño Freire
C.I. No. 1720499811

María Teresa Coyago Pichucho
AGRADECIMIENTO

A todos quienes apoyaron la realización del presente proyecto, por su ayuda desinteresada.

A todos quienes me brindaron su apoyo que sin su ayuda profesional no se podría haber conseguido este proyecto y a todos los maestros que ayudaron en la realización técnica del mismo.

A todos muchas Gracias.

Jazmina Alejandra Pazmiño Freire

AGRADECIMIENTO

Esta tesis, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que me brindaron su apoyo. A todos los ingenieros/as a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como líderes empresariales.

María Teresa Coyago

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general. A mi esposo y mi hijo quienes son el pilar para llegar alto en mi carrera personal y profesional, sin ellos, no hubiese podido ser.

Jazmina Pazmiño

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar. A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

RESUMEN

La diversidad de acontecimientos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, entre otros, que influyen sobre la vida de las empresas modernas, entraña una dificultad: la de reconocerlos en el momento oportuno. Entonces, ¿para qué se necesita el asesoramiento? Para tomar las decisiones pertinentes, una vez contrastada la veracidad de la información recibida y su incidencia en la evolución de las empresas.

Primero es necesaria una definición de lo que es asesoría: “El servicio ofrecido por personas independientes o por un grupo organizado como compañía que ayuda a los administradores de la empresa a analizar y diagnosticar problemas operacionales y de gestión, puede identificarse cuatro tipos de asesores: asesores independientes, como profesionales individuales no tienen conexión con otros servicios a empresas son proveedores y pueden ofrecer la mayor objetividad. Asesores de gabinetes de contabilidad, asesores internos y profesores asesores”.¹ El asesoramiento no debe considerarse como una intromisión en los asuntos de las empresas, si no como una fuente de conocimientos para alcanzar un mayor nivel de éxito.

La Empresa de Asesoría es desarrollada, con el fin de apoyar a todo tipo de pequeños y medianos negocios, que sientan y expresen necesidades de comercialización de sus productos y servicios.

Nuestro campo de acción se circunscribe en el ámbito de la asesoría y consultoría contable y tributaria, muchas de estos negocios, por su tipo de organización e infraestructura, incluso por la disponibilidad de recursos, no están en la capacidad de acceder a los servicios de grandes empresas que les brinden una asesoría eficaz en el manejo adecuado de las finanzas de su negocio.

Lo que se busca entonces, desarrollar un [modelo](#) de empresa que sea altamente efectiva y competitiva en el aprovechamiento de esta oportunidad que brinda el mercado; ofreciendo, mediante un [sistema](#) de consultoría, servicios que cubran las necesidades específicas.

¹ **Enciclopedia de Gestión y Administración de Empresas Management**, Edición Carl Heyel, ed. Grijalva, Editorial Técnicos Editoriales Asociados S.A. , Barcelona, 1991.p. 104

ABSTRACT

The diversity of political, economic, social, technological, inter alia, that influence the life of modern enterprises, poses a difficulty: to recognize them in a timely manner. So why do you need the advice? To take appropriate decisions, once proven the veracity of the information received and its impact on the evolution of business.

First it is necessary to define what is advice: "The service offered by independent persons or a group organized as a company that helps business managers to analyze and diagnose operational problems and management can identify four types of advisers: consultants, as individual practitioners have no connection with other business services are providers and can offer greater objectivity. Accounting advisors cabinets, internal consultants and faculty advisors. "The advice should not be regarded as interference in the affairs of the companies, but as a source of knowledge to achieve a higher level of success.

The consulting firm is developed to support all kinds of small and medium businesses, to feel and express needs of marketing their products and services. Our scope is limited in the field of consulting and accounting and tax consulting, many of these businesses, by type of organization and infrastructure, including the availability of resources, not on the ability to access the services of large companies that offer them an effective advice on the proper handling of the finances of your business.

What is sought then develop a business model that is highly effective and competitive in the use of this opportunity provided by the market, offering, through a system of consulting services to meet specific needs.²

² **Enciclopedia de Gestión y Administración de Empresas Management**, Edición Carl Heyel, ed. Grijalva, Editorial Técnicos Editoriales Asociados S.A. , Barcelona, 1991.p. 104

INDICE

1. Capítulo I Estudio de mercado

1. Introducción.....	2
1.1 Objetivos del estudio de mercado.....	2
1.1.1 Objetivo General	2
1.1.2 Objetivos Específicos	3
1.2 Identificación del servicio	3
1.2.1 Servicio independiente	3
1.2.2 La consultoría es esencialmente un servicio consultivo	3
1.2.3 La consultoría es un servicio que proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos ..	4
1.2.4 La consultaría no proporciona soluciones milagrosas	4
1.3 Descripción de los elementos a tratar en el estudio de mercado	5
1.3.1 Estructura de Mercado.....	5
1.3.2 Análisis del Consumidor	5
1.3.3 Tipo de Mercado	5
1.3.4 Segmentación	5
1.4 Definición del servicio	6
1.4.1 Especificaciones del servicio	6
Situación Contable	6
Situación Fiscal y Tributaria	7
1.4.2 Presentación del servicio	7
Seguridad	7
Credibilidad	7
Comunicación	7
Comprensión del cliente	7
Accesibilidad	7
Cortesía	8
Profesionalismo	8
Capacidad de respuesta	8
Fiabilidad	8

Elementos tangibles	8
1.5 Servicios complementarios y sustitutos	9
1.5.1 Boletines informativos	9
Servicios on line	9
1.5.2 Recordatorios para el cumplimiento de obligaciones	9
1.6 Cálculo del tamaño de la muestra	10
1.7 Resultados y análisis de las preguntas	11
1.8 Análisis de la oferta	33
1.8.1 En el área contable	34
1.8.2 En el área tributaria	34
1.8.3 Costos de las asesorías y consultorías	36
1.8.4 Área tributaria	37
1.8.5 Conclusiones	38
1.9 Análisis de la demanda	39
1.9.1 Proyección de la demanda	40
Justificación de la demanda	41
1.9.2 Descripción de los métodos para la estimación de la demanda futura	44
1.9.3 Factores que afectan la demanda	45
Precio	45
Ingresos	45
El estado de la economía en su conjunto	45
Suplentes	46
1.9.4 Estimación de la penetración en el mercado	46
Mercado meta primario	46
Consumo aparente	46
Demanda insatisfecha	46
1.10 Ley de la Oferta y la Demanda	47
1.11 Estimación de la penetración en el mercado	49
1.11.1 Mercado meta primario	49
1.11.2 Consumo aparente	49
1.11.3 Demanda potencial	49
1.11.4 Tipo de consumidores y usuarios	52

1.12 Demanda Insatisfecha	52
1.12.1 Mercado meta primario	52
1.12.2 Consumo aparente	53
1.12.3 Geográficos	53
1.12.4 Plan Piloto	54
1.13 Demanda y Ofertas proyectadas	54
2. Capítulo II Propuesta estratégica	
2.1 Formulación Misión- Visión	56
2.1.1 Misión	56
2.1.2 Visión	56
2.2 Principios y valores corporativos	56
2.2.1 Principios	56
2.2.2 Valores	57
Compromiso	57
Transparencia	57
Eficiencia	57
Atención al cliente	57
Flexibilidad	57
Innovación	57
Trabajo en equipo	58
Reconocimiento continuo al logro y la excelencia	58
Integridad	58
2.3 Objetivos Corporativos	54
2.3.1 Financieros	58
2.3.2 De volumen	58
2.3.3 Imagen	59
2.4 Analisis de Estrategias	59
2.4.1 Estrategias de generación ventaja competitiva	59
2.4.2 Estrategia de enfoque o alta segmentación	60
2.4.3 Estrategia de diferenciación	61
2.4.4 Estrategia de crecimiento	62
2.4.5 Estrategia de cobertura	63

2.5 Diseño de las Estrategias de la Mezcla (Marketing Mix).....	63
2.5.1 Problemas de la Organización	63
2.5.2 Léxico común	64
2.5.3 Estrategias Comprobables	64
2.5.4 Credibilidad	64
2.5.5 Desarrollo de la perspectiva del Nombre de la Organización	64
2.6 Estrategia de Servicio	64
2.6.1 Estrategia de Canales de Comunicación	66
Comunicar es	66
¿Con quién se comunica la empresa?	66
Programa de Comunicación	67
Venta Personal	67
Promoción de Ventas	67
Relaciones Públicas	67
Publicidad	68
Libertad del consumidor	68
Necesidades vitales básicas	68
Necesidades y servicios colectivos	68
2.7 Estrategia de Promoción	69
2.7.1 Cupones	69
2.7.2 Creación de empresas	69
2.7.3 Muestras	69
2.7.4 Sorteos	70
2.8 Estrategia de Precio	70

3. Capítulo III Estudio Técnico

3.1 Introducción	73
3.2 Descripción de los elementos a tratar en el estudio técnico	73
3.2.1 Descripción del Servicio	73
3.2.2 Políticas de la Organización	74
Política del Departamento de Gerencia	74
Política del Departamento de Contabilidad	74

Política de Propiedad del Cliente	74
3.3 Proceso de selección de personal	75
3.4 Determinación del tamaño de planta	76
3.4.1 Principios de Planta	76
Principio de la mínima distancia recorrida	76
Principio de espacio cúbico	76
Principio de Flexibilidad	77
3.4.2 Beneficios de una buena distribución en planta	77
3.5 Localización	77
3.5.1 Macro localización	77
3.4.2 Micro Localización	79
3.6 Diagrama de flujo por servicio	83
3.7 Recursos materiales	87
3.7.1 Inversión Activos Fijos	87
3.7.2 Financiamiento	88
3.8 Ingeniería del proyecto	91
3.8.1 Tecnología	91
Variables tecnológicas	91
3.8.2 Edificio e infraestructura	96
3.8.3 Justificación de la distribución en planta	98
3.8.4 Costo de operaciones	100
3.9 Mano de obra	101
3.9.1 Estructura Administrativa	101
3.9.2 Índice Ocupacional	102
3.9.3 Descripción de los Puestos	102
Título del cargo	102
Funciones Básicas	103
Requisitos de formación y experiencia	103
Competencias mínimas	103
3.10 Organigrama Estructural	113
3.10.1 Organigrama Funcional	114

4. Capítulo IV Estudio Financiero

4.1 ¿Que es Estudio Financiero?	115
4.1.1 ¿Qué se hace?	115
4.1.2 ¿Como se evalua?	115
4.2 . Inversion Inicial	115
4.2.1 Partes de la inversion inicial	116
Inversion en activos fijos	116
Inversión en intangibles	116
Capital De Trabajo	116
Financiamiento	116
4.2.2 Inversión en Activos	116
4.2.3 Inversión en Preoperativos	119
4.2.4 Capital de Trabajo	119
4.2.5 Financiamiento	120
Préstamo	121
4.3 Presupuesto de ingresos	122
4.4 Presupuesto de egresos	124
4.5 Sueldos y salarios	126
4.6 Balance Inicial	127
4.7 Evaluaciones financieras	127
4.7.1 VAN	127
4.7.2 TIR	129
4.7.3 Flujo de efectivo	129
4.7.3 Costo beneficio	131
4.8 Conclusiones	135
4.9 Recomendaciones	136
5. Glosario de términos	136
6. Bibliografía	142
Libros	142
6.2 Páginas Web	144
Anexos	145

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Segmentación Geográfica	5
Tabla No. 2 Segmentación Comercial	6
Tabla No. 3 Valores para el cálculo de la muestra	10
Tabla No. 4 Distribución de la competencia	33
Tabla No. 5 Distribución de áreas por empresa	35
Tabla No. 6 Área tributaria	37
Tabla No. 7 Distribución de crédito por parte de las empresas	38
Tabla No. 8 Proyección de la demanda	40
Tabla No. 9 Mercado geográfico	50
Tabla No. 10 Mercado comercial	50
Tabla No. 11 Demanda y ofertas proyectadas	51
Tabla No. 12 Demanda y ofertas proyectadas	51
Tabla No. 13 Detalle de medios de comunicación	56
Tabla No. 14 Estrategia de enfoque o de alta segmentación	57
Tabla No. 15 Estrategia de diferenciación área tributaria	58
Tabla No. 16 Estrategia de crecimiento	59
Tabla No. 17 Distribución de crédito por parte de las empresas	60
Tabla No. 18 Convenios con otras organizaciones	61
Tabla No. 19 Problemas de la organización	62
Tabla No. 20 Precios de la organización área tributaria	69
Tabla No. 21 Manejo de los excedentes	75
Tabla No. 22 Alternativas microlocalización	80
Tabla No. 23 Cuadro de opciones	81
Tabla No. 24 Tipo de financiamiento	90
Tabla No. 25 Apreciación de los créditos por parte de los empresarios	91
Tabla No. 26 Plazo de créditos para los pequeños y medianos negocios	92
Tabla No. 27 Grado de automatización	97
Tabla No. 28 Localización de la planta	99
Tabla No. 29 Valores de representación y su razón	101
Tabla No. 30 Representación de valores	102
Tabla No. 31 Costo de operaciones	103

Tabla No. 32 Descripción de puestos	105
Tabla No. 33 Inversión en activos fijos	116
Tabla No. 34 Inversión en intangibles.....	117
Tabla No. 35 Amortización en intangibles	117
Tabla No. 36 Amortización crédito	117
Tabla No. 37 Inversión en preoperativos	118
Tabla No. 38 Inversión total del proyecto	118
Tabla No. 39 Capital de Trabajo	119
Tabla No. 40 Financiamiento y préstamo	120
Tabla No. 41 Préstamo	121
Tabla No. 42 Ingreso por venta	122
Tabla No. 43 Ingreso por años.....	122
Tabla No. 44 Ingreso por cada servicio	122
Tabla No. 45 Presupuesto de egresos	125
Tabla No. 46 Rol de pagos	126
Tabla No. 47 Balance de situación inicial	127
Tabla No. 48 Proyección financiera	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Distribución de la competencia	34
Gráfico No. 2 Distribución de áreas por empresa	36
Gráfico No. 3 Oferta y demanda	45
Gráfico No. 4 Mapa de Quito	79
Gráfico No. 5 Croquis de la ubicación de la organización	82
Gráfico No. 6 Imagen 3D Ubicación de la organización	83
Gráfico No. 7 Flujograma del Proceso de Asesoría Tributaria servicio de revisión tributaria permanente	84
Gráfico No. 8 Flujograma del Proceso de Asesoría Tributaria servicio de planeación de estrategias tributarias	85
Gráfico No. 9 Flujograma del Proceso de Asesoría Tributaria servicio de constitución de compañías	86
Gráfico No. 10 Flujograma del Proceso de Asesoría Tributaria servicio de registro de marcas y patentes	87
Gráfico No. 11 Diagrama Ansi del proceso de selección de personal	88
Gráfico No. 12 Dificultad de acceso de crédito	90
Gráfico No. 13 Tipo de Financiamiento.....	90
Gráfico No. 14 Apreciación de créditos bancarios por parte de los empresarios	91
Gráfico No. 15 Plazo de créditos hacia las pequeñas y medianas empresas.....	92
Gráfico No. 16 Sistema Contable que empleará la organización.....	94
Gráfico No. 17 Aplicación del programa Bones	94
Gráfico No. 18 Software facilitado por el SRI.....	95
Gráfico No. 19 DIMM formularios.....	95
Gráfico No. 20 Grado de automatización.....	98
Gráfico No. 21 Distribución de planta	100
Gráfico No. 22 Rutas críticas	103
Gráfico No. 23 Organigrama estructural	112
Gráfico No. 24 Organigrama funcional.....	113
Gráfico No. 25 Proyección de ventas.....	123

INTRODUCCIÓN

El Ecuador en los últimos años ha atravesado una serie de cambios, entre los cuales uno de los más importantes y significativos ha sido el entrar en un modelo económico dolarizado, esto significa que la economía ecuatoriana obedece de manera más exclusiva de su aparato productivo, es decir, dependerá de la eficiencia de las empresas o personas naturales que realicen alguna actividad económica. Pero al momento de entrar en este proceso y debido a que fue una decisión política no prevista, ni anticipada pequeños y medianos negocios no estuvieron preparados para el cambio, esto produjo que muchos de ellos no logren mantenerse y quebraron; otros se mantuvieron, aunque con menores ingresos. Encontrando así las falencias que poseían los pequeños y medianos negocios ecuatorianos y lo imperante de mejorar el aparato productivo del Ecuador.

A lo largo de esta investigación se ha podido constatar, una vez más, el papel que históricamente desempeñan los pequeños y medianos negocios en aspectos claves del convivir nacional como la absorción de empleo, la producción de bienes y servicios para atender las necesidades básicas de la sociedad nacional y la generación de riqueza. Pero no está en discusión su aporte al desarrollo del país, sino los problemas que afectan su desenvolvimiento y lo que impide que puedan desplegar todas sus potencialidades.

Esta investigación permite observar que los pequeños y medianos negocios son un mercado insatisfecho, que requieren servicios de asesoría y consultoría contable y tributaria, debido a que históricamente ha sido un sector olvidado y desprotegido de la economía nacional. Además no cuentan con una estructura operacional, ni con un análisis financiero cuando inician un negocio, lo que da una apertura para ofrecer los servicios brindándoles una estabilidad en el mercado y mejorando consecuentemente el direccionamiento de su negocio.

CAPÍTULO I

1. ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado es un análisis que se realizará mediante encuestas, investigando de esta manera características y comportamientos del sector. Se efectuará una investigación basada en información de fuentes internas como externas, con técnicas que permitan determinar las necesidades del mercado objetivo. Sin embargo se debe tener en cuenta un conocimiento amplio de los componentes de la estructura de clientes potenciales.

Entre los elementos que se requieren analizar en la estructura de mercado se encuentra: El consumidor o usuario y la competencia, lo que permitirá determinar qué características tiene el mercado.

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 un papel de importancia el estudio comercial, como medida metodológica que en parte minimiza el riesgo, porque es necesario realizar las actividades precisas para explorar con éxito el mercado en dónde operará el proyecto.

Para un análisis de las necesidades de los pequeños y medianos negocios se realizará la segmentación y posteriormente el estudio de la demanda y la oferta, que permitirán obtener datos reales para el ingreso al mercado en los servicios de asesoría y consultoría contable y tributaria, estableciendo estrategias que cumplan con la rentabilidad esperada, satisfaciendo los gustos, tendencias y preferencias del mercado.

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar las características de la demanda de asesoría y consultoría de los pequeños y medianos Negocios del Sector Centro del Distrito Metropolitano de Quito.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la apertura por parte de las empresas a la Asesoría y Consultoría Contable – Tributaria.
- Determinar qué tipo de asesoría y consultoría es la que más requieren los pequeños y medianos negocios.
- Establecer el valor al cual están dispuestos a pagar por la asesoría y consultoría contable y tributaria.
- Establecer que otro tipo de asesoría y consultoría requieren.
- Cuantificar la demanda

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La asesoría contable y tributaria se caracteriza por ser:

1.2.1 Servicio independiente

Se caracteriza por la imparcialidad del consultor, como un rasgo fundamental de su papel. Esta independencia significa al mismo tiempo una relación muy compleja con las organizaciones clientes y con las personas que trabajan en ellas. El consultor no tiene autoridad directa para tomar decisiones y ejecutarlas. Pero esto no debe considerarse una debilidad, si el consultor sabe actuar como promotor de cambio y dedicarse a su función, sin por ello dejar de ser independiente. Por consiguiente, debe asegurar la máxima participación del cliente en todo lo que hace de modo que el éxito final se logre en virtud del esfuerzo de ambos³.

1.2.2 La consultoría es esencialmente un servicio consultivo

No se contrata a los consultores para dirigir organizaciones o para tomar decisiones en nombre de directores en problemas. Su papel es actuar como asesores, con responsabilidad por la calidad e integridad de su consejo; los clientes asumen las responsabilidades que resulten de la aceptación de dicho consejo. No solo se trata de dar el consejo

³ www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/.../consultoria.htm

oportuno, sino de darlo de manera adecuada y en el momento apropiado. Esta es la cualidad fundamental del consultor. El cliente, por su parte, debe ser capaz de aceptar y utilizar esa ayuda del consultor.

1.2.3 La consultoría es un servicio que proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos

Una persona llega a ser consultor de empresas en el pleno sentido del término, después de haber acumulado una masa considerable de conocimientos sobre los diversos problemas y situaciones que afectan a las empresas y adquirido la capacidad necesaria para identificarlos, hallar la información pertinente, analizar y sintetizar, elegir entre posibles soluciones, comunicarse con personas, etc. Lo que distingue a los consultores es que pasan por muchas organizaciones y que la experiencia adquirida en las tareas pasadas puede tener aplicación en las empresas en las que se realizan nuevas tareas.

1.2.4 La consultaría no proporciona soluciones milagrosas

Sería un error suponer que, una vez contratado el consultor, las dificultades desaparecen. La consultoría es un trabajo difícil, basado en el análisis de hechos concretos y en la búsqueda de soluciones originales pero factibles. El empeño decidido de la dirección de la empresa en resolver los problemas de ésta y la cooperación entre cliente y consultor son por lo menos tan importantes para el resultado final como la calidad del consejo del consultor.⁴

⁴www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/.../consultoria.htm

1.3 DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS A TRATAR EN EL ESTUDIO DE MERCADO

1.3.1 Estructura de Mercado

Antes de realizar un estudio de mercado es indispensable tener un conocimiento amplio de los componentes de la estructura del mercado. Entre los elementos que se requiere analizar en la estructura de mercado se encuentra: El consumidor o usuario y la competencia, lo que permitirá determinar qué características tiene el mercado.

1.3.2 Análisis del Consumidor

Para un análisis de las necesidades de los pequeños y medianos negocios se realizará la segmentación y posteriormente el estudio de la demanda y la oferta que permitirán obtener datos reales para el ingreso al mercado en los servicios de asesoría y consultoría que brindará la organización.

1.3.3 Tipo de Mercado

La población objetiva a la que la organización se dirigirá, es la de los pequeños y medianos negocios, quienes se encuentran en el sector comercial.

1.3.4 Segmentación

La segmentación permitirá seleccionar un fragmento de mercado más claro, es decir, proporcionará un grupo específico de clientes para poder analizarlo y determinar sus necesidades de una manera más específica, es así que se realizó la siguiente segmentación.

Tabla N° 1.1 Geográfica

Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito D. M.
Densidad	Urbana

Fuente: Autoras

Geográficamente se ha determinado que el área hacia donde se enfocará y en el que se asienta un gran porcentaje de los pequeños y medianos negocios del Sector Comercial es el Centro del Distrito Metropolitano de Quito, determinando que por la cercanía geográfica, se trabajará en el área urbana, esto por ser la ciudad en la que estará domiciliada la Organización.

Tabla N° 1.2 Comercial

Sector económico	Pequeñas y medianas Empresas.
Sub Sector	Comercial

Fuente: Autoras

El mercado objetivo será los pequeños y medianos negocios dedicados al área comercial del Sector Centro del Distrito Metropolitano de Quito.

1.4 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

Los servicios de asesoría, están diseñados para que a través de una cuota mensual (valorada de forma justa según un análisis que determina la carga de trabajo) el cliente acceda a servicios de todos o algunas de las áreas especificadas y cubra así sus necesidades en las gestiones que desee o necesite externalizar.

Como punto de partida, la organización realizará un CHEQUEO INICIAL para expresar la situación real en cada una de las áreas de actuación.

1.4.1 ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

Situación CONTABLE: Se realizará una revisión contable interna que tendrá como misión comprobar que los estados contables reflejan la imagen fiel del patrimonio, situación financiera y resultados de las actividades de conformidad con las disposiciones legales aplicables.

Situación FISCAL Y TRIBUTARIA: Revisión del cumplimiento de las obligaciones formales tributarias, comprobación de la correcta aplicación de los diferentes regímenes tributarios, que pudieran resultar aplicables a la actividad.

1.4.2 PRESENTACIÓN DEL SERVICIO

Seguridad

Es bien cubierta cuando se puede decir que se brinda al cliente: cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.⁵

Credibilidad

Se demostrará seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además de la veracidad con la finalidad de no prometer o mentir con tal de realizar la venta.

Comunicación

Se mantendrá bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya se ha cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente-empresa.

Comprensión del cliente

No se trata de sonreírles en todo momento a los clientes, sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo y cómo lo desea en este caso sería orientarnos en su lugar.

Accesibilidad

Con el fin de dar un excelente servicio se debe tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos,

⁵ www.gestipolis.com/canales/.../10componentes.htm -

físicamente un sitio para establecer un conducto regular dentro de la organización; no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales, que permitan sacarles provecho a las fallas que los clientes han detectado.

Cortesía

Simpatía, respeto y amabilidad del personal, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a los clientes si les da un excelente trato y brindarles una gran atención.

Profesionalismo

Pertenencias de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, por todos los miembros de la organización. “No solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio, sinó todos”.

Capacidad de respuesta

Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.⁶

Fiabilidad

Es la capacidad de la organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas. Este componente se vincula directamente a la seguridad y a la credibilidad.

Elementos tangibles

Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan dar una mayor accesibilidad al cliente.⁷

⁶ www.gestiopolis.com/canales/.../10componentes.htm

1.5 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y SUSTITUTOS

1.5.1 Boletines Informativos

La asesoría permanente les permitirá recibir a los clientes en el lugar indicado “El Boletín Informativo”, que será mensual, donde se comentarán las disposiciones de interés general más resaltantes que serán publicadas en la Gaceta Oficial, así como también extractos de doctrinas y jurisprudencias en materia tributaria y contable; se ofrecerá una explicación detallada de temas de interés nacional, desarrollando las disposiciones de mayor complejidad. También los materiales informativos (circulares, envíos extraordinarios, trípticos) que se realizará para facilitar el cumplimiento oportuno de las obligaciones legales.

Servicios On Line

La asesoría comprenderá el envío de todo el material informativo y la atención directa de consultas en las materias de asesoría contable y tributaria, para la realización de un trabajo de análisis e investigación especial. En general, la revisión de cálculos, papeles de trabajo, planillas u otros documentos similares preparados por la organización, y de los cuales se requiera de alguna opinión, estará comprendida dentro de nuestro servicio on line.

Por tal razón, en caso de requerir la opinión de la organización por escrito sobre los temas consultados, con un alcance y extensión especial, en la misma oportunidad, se les informará si ello amerita en la página web.

1.5.2 RECORDATORIOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES

Se realizará una revisión mensual selectiva (de acuerdo con la planificación previamente acordada) de los registros contables de la empresa y asistencia en la preparación de los estados financieros mensuales y anuales.

1.6 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para realizar cálculo de la muestra se utilizaron los siguientes datos:

UNIVERSO

El universo es de 115 empresas que se encuentran ubicadas en el Centro de la ciudad de Quito.

TABLA Nº 1.3 VALORES PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA

N	Población	100 empresas
Z	Nivel de confianza:	nivel de confianza es del 95%
P	Probabilidad de éxito:	50 %
Q	Probabilidad fracaso:	50 %
N-1	Factor de corrección	Determinado por finitud
E	Error:	el error es del 5%

Fuente: Autoras

La fórmula para determinar el cálculo de la muestra es la siguiente:

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

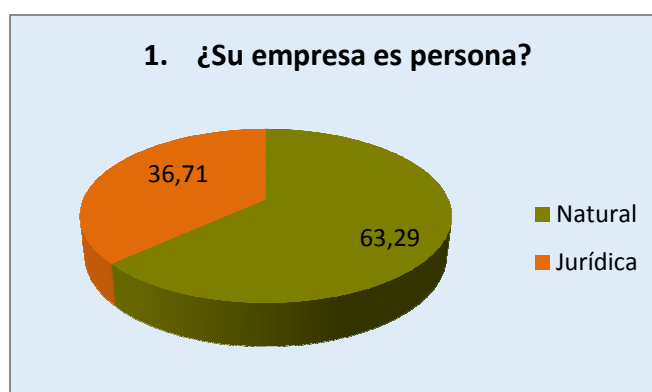
En donde:

n=79

La fórmula anterior da como resultado un valor de 88, lo cual significa que se deberá realizar 79 encuestas para mantener un nivel de confianza del 95%, y un margen de error del 5%.

1.7 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS
RESULTADOS DE LA ENCUESTA PARA LOS PEQUEÑOS Y
MEDIANOS NEGOCIOS

1. ¿Su empresa es persona?	Variable	%	UNIVERSO
Natural	50	63,29	63
Jurídica	29	36,71	37
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN DE DATOS

Al realizar esta pregunta se determinó que 63% de los pequeños y medianos negocios del sector centro encuestados son personas naturales, siendo un margen realmente alto.

Este porcentaje da una clara idea de hacia cuanto mercado se puede dirigir en lo que se relaciona con la asesoría contable y tributaria

El porcentaje en relación con el total de encuestas es: el 63%.

Natural	63,29%	Jurídica	36.71%
---------	--------	----------	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

Natural	63	Jurídica	37
---------	----	----------	----

2. ¿Se encuentra su actividad económica registrada en el (RUC)?	Variable	%
SI	61	77,21519
NO	18	22,78481
	79	100

UNIVERSO
77
23
100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En la pregunta referente al registro de actividad económica se encontró con que alrededor del 22.78% de los pequeños y medianos negocios no han registrado SU RUC, con lo cual no se tiene gran captación de clientes con lo referente al registro de RUC por lo que se encuentran legalmente constituidas

El porcentaje de aprobación en relación con el total de encuestas es:

SI	77.22%	NO	22.78%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	77	NO	23
----	----	----	----

3. ¿En caso de no tener RUC, le gustaría legalizar su empresa?	Variable	%	UNIVERSO
SI	15	83,33%	83
NO	3	16,67%	17
	18	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

Con referencia a si, los negocios estarían listos para el registro del RUC para legalizar su empresa, se encontró que 83% de las mismas consideran y estarían dispuestos a registrar su nombre o su marca.

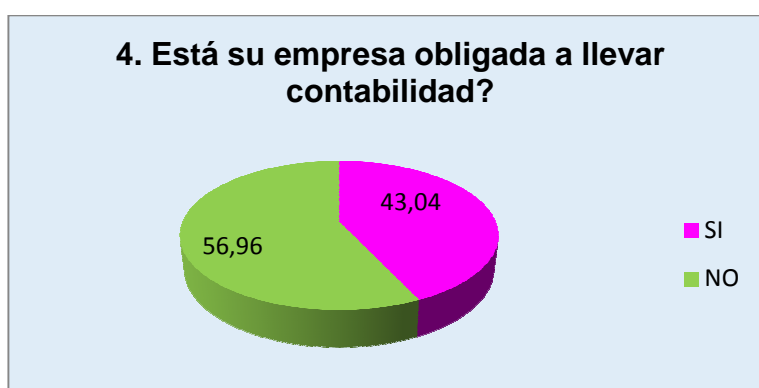
El porcentaje en relación con el total de encuestas es

SI	83.33%	NO	16.67%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	83	NO	17
----	----	----	----

4. ¿Está su empresa obligada a llevar contabilidad?	Variable	%	UNIVERSO
SI	34	43,03797	43
NO	45	56,96203	57
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

Con respecto a si los medianos y pequeños negocios están obligados a llevar contabilidad, se determinó que el 43.04% son obligadas a llevar contabilidad y el 56.96% restante no registran valores superiores a los 100.000 dólares

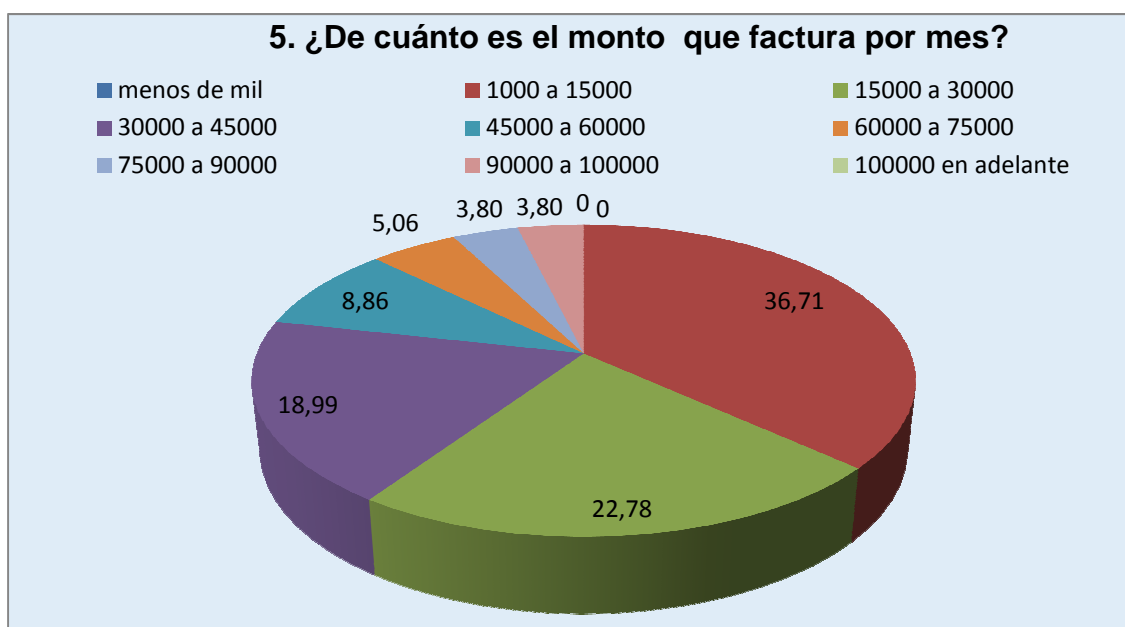
El porcentaje en relación con el total de encuestas es:

SI	56.96%	NO	43.04
----	--------	----	-------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	57	NO	43
----	----	----	----

5. ¿De cuánto es el monto que factura por mes?	Variable	%	UNIVERSO
menos de mil		0	37
1000 a 15000	29	36,71	23
15000 a 30000	18	22,78	19
30000 a 45000	15	18,99	9
45000 a 60000	7	8,86	5
60000 a 75000	4	5,06	4
75000 a 90000	3	3,80	3
90000 a 100000	3	3,80	3
100000 en adelante		0	
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

De los valores que los medianos y pequeños negocios facturan mensualmente, se determinó que el valor que más se factura se encuentra en el rango de 1000 a 15000 dólares, el cual verifica que no se manejan montos elevados en los pequeños y medianos negocios.

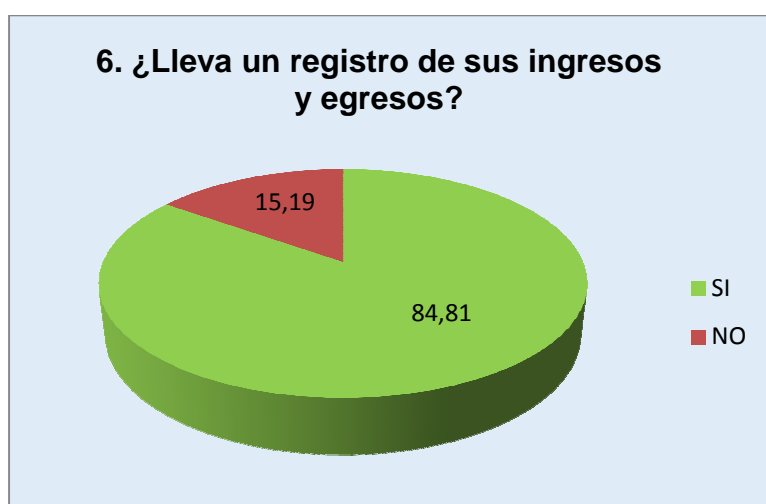
El porcentaje en relación con el total de encuestas es:

1000 a 15000	29	36,71%
15000 a 30000	18	22,78%
30000 a 45000	15	18,99%
45000 a 60000	7	8,86%
60000 a 75000	4	5,06%
75000 a 90000	3	3,80%
90000 a 100000	3	3,80%
100000 en adelante		0

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

1000 a 15000	37
15000 a 30000	23
30000 a 45000	19
45000 a 60000	9
60000 a 75000	5
75000 a 90000	4
90000 a 100000	3
100000 en adelante	0
	100

6. ¿Lleva un registro de sus ingresos y egresos?	Variable	%	UNIVERSO	
SI	67	84,81013		85
NO	12	15,18987		15
	79	100		100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

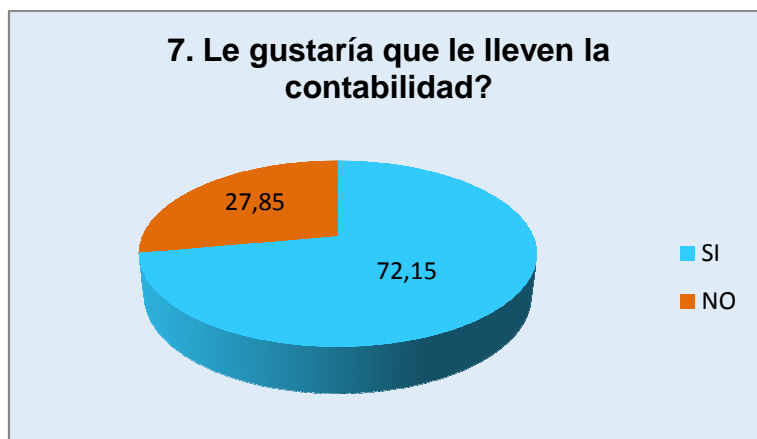
La encuesta demostró que el 84.81% de los pequeños y medianos negocios llevan un registro de ingresos y egresos mientras que el 15.19% no llevan un correcto registro.

SI	84.81%	NO	15.19%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	85	NO	15
----	----	----	----

7. ¿Le gustaría que le lleven la contabilidad?	Variable	%	UNIVERSO
SI	57	72,1519	72
NO	22	27,8481	28
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

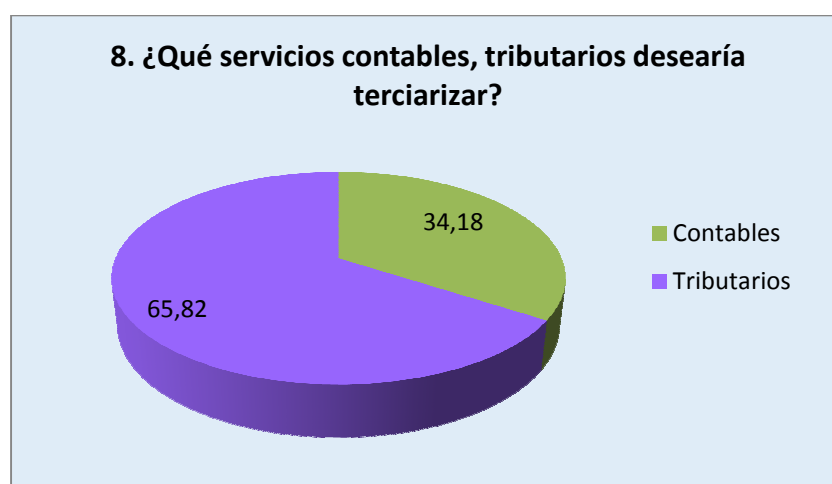
La encuesta demostró que el 72.15 % de los pequeños y medianos negocios les gustaría que le lleven la contabilidad, ya sea porque las personas encargadas no estaban capacitadas o porque los mismos dueños eran los que realizaban esta labor, sin contar con los conocimientos necesarios.

SI	72.15%	NO	27.85%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	72	NO	28
----	----	----	----

8. ¿Qué servicios contables, tributarios desearía terciarizar?	Variable	%	UNIVERSO
Contables	27	34,17722	34
Tributarios	52	65,82278	66
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

De las personas que contestaron la pregunta anterior de manera afirmativa, se puede determinar que el 65.82% de estos negocios estarían dispuestos a terciarizar los servicios tributarios de sus actividades comerciales, reflejando con mayor aceptación los trámites que involucran a los servicios tributarios por lo que se les agruparía en el sector primordial dentro del paquete de servicios.

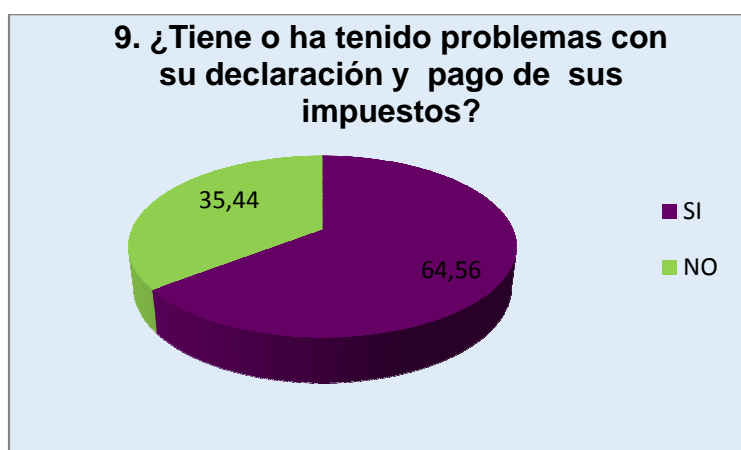
Contables	34.18%	Tributarios	65.82%
-----------	--------	-------------	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

Contables	34	Tributarios	66
-----------	----	-------------	----

9. ¿Tiene o ha tenido problemas con su declaración y pago de sus impuestos?	Variable	%
SI	51	64,55696
NO	28	35,44304
	79	100

UNIVERSO
65
35
100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

Esta pregunta, el 64.56 % de los pequeños y medianos negocios han tenido problemas con su declaración y pago de sus impuestos por lo que encontramos en ese porcentaje nuestros futuros clientes potenciales.

El porcentaje en relación con el total de encuestas es: el 64.56%, valor respondieron afirmativamente que tenían problemas con el pago y declaración de impuestos.

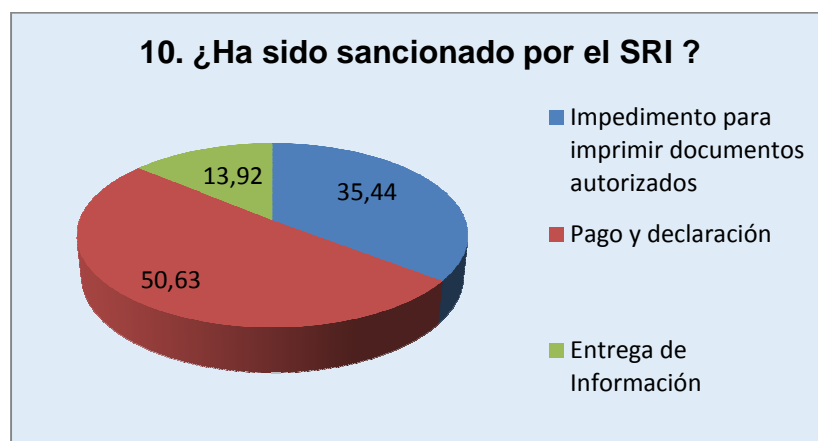
SI	64.56%	NO	35.44%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	65	NO	35
----	----	----	----

10. ¿Ha sido sancionado por el SRI?	Variable	%
Impedimento para imprimir documentos autorizados	28	35,44304
Pago y declaración	40	50,63291
Entrega de Información	11	13,92405
	79	100

UNIVERSO
35
51
14
100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

El 50.63 % de los pequeños y medianos negocios indicaron que tienen o han tenido problemas con el pago y declaración de los impuestos, lo que representa la opción más concurrente.

El porcentaje en relación con el total de encuestas es:

Impedimento para imprimir comprobantes autorizados	35.44%	Pago y declaración Entrega de información	50.63% 13.92%
--	--------	--	------------------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

Impedimento para imprimir comprobantes autorizados	35	Pago y declaración Entrega de información	51 14
--	----	--	----------

11. ¿Ha tenido problemas con la organización de la información contable de su empresa?	Variable	%
SI	45	56,96203
NO	34	43,03797
	79	100

UNIVERSO
57
43
100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

El 56.96 % de los pequeños y medianos negocios indicaron que tienen o han tenido problemas con la organización de la información contable de su negocio. Este porcentaje es bastante significativo por su amplitud.

El porcentaje en relación con el total de encuestas es: 56.96%

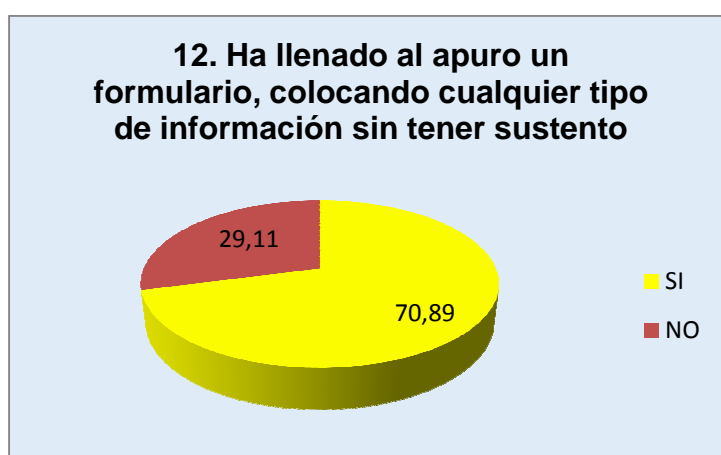
SI	56.96%	NO	43.04%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	57	NO	43
----	----	----	----

12. Ha llenado al apuro un formulario, colocando cualquier tipo de información sin tener sustento	Variable	%
SI	56	70,88608
NO	23	29,11392
	79	100

UNIVERSO
71
29
100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

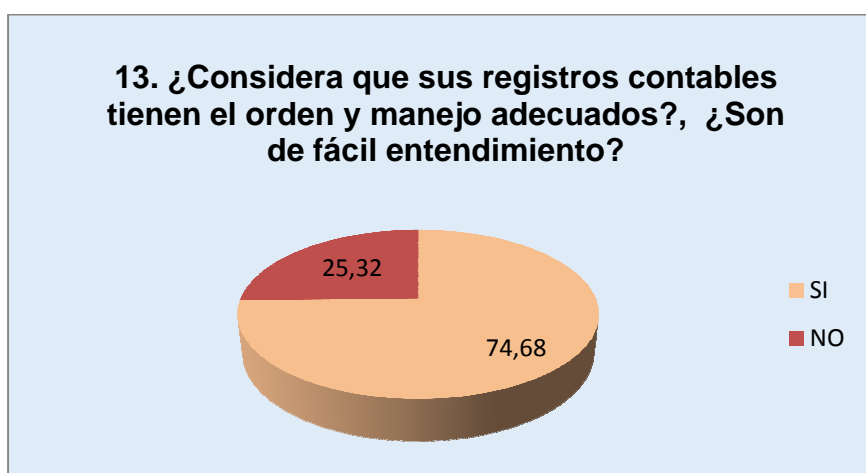
Alrededor del 70.89% de los pequeños y medianos negocios aceptaron haber llenado al apuro un formulario colocando cualquier información, sin tener sustento; Consideran que una reorganización las haría más eficientes; esta es una gran oportunidad de mercado.

SI	70.89%	NO	29.11%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	71	NO	29
----	----	----	----

13. ¿Considera que sus registros contables tienen el orden y manejo adecuados?, ¿Son de fácil entendimiento?	Variable	%	UNIVERSO
SI	59	74,68354	75
NO	20	25,31646	25
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

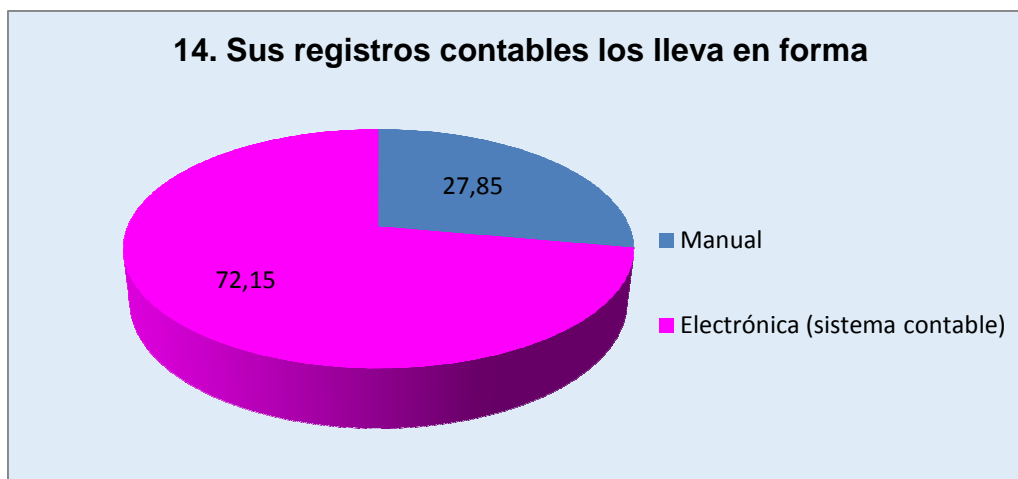
Se determina que el 74.68% de los pequeños y medianos negocios llevan un orden y manejo adecuados, considerando que se califican como autosuficientes para llevar el estricto control en el manejo contable de su actividad comercial, pudiendo no ser la correcta.

SI	74.68%	NO	25.32%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	75	NO	25
----	----	----	----

14. Sus registros contables los lleva en forma	Variable	%	UNIVERSO
Manual	22	27,8481	28
Electrónica (sistema contable)	57	72,1519	72
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

Entre el registro contable de mayor práctica que utilizan los pequeños y medianos negocios están los sistemas contables con el 72.15%, lo que nos obliga a manejarnos con software contables, para satisfacer la preferencia de los potenciales clientes.

MANUAL	27.85%	ELECTRÓNICA	72.15%
--------	--------	-------------	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

MANUAL	28	ELECTRÓNICA	72
--------	----	-------------	----

15. ¿Cuenta con profesional especializado para el manejo de sus registros contables?	Variable	%
SI	20	25,31646
NO	59	74,68354
	79	

UNIVERSO
25
75
100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta, el 74.68 % de los pequeños y medianos negocios no cuentan con un profesional especializado para el manejo de sus registros contables, es decir que quizás debido a que existe todavía resistencia para que una persona extrañada de ellos ingrese y trate de cambiar lo que en mucho tiempo han logrado no cuentan con un registro contable adecuado.

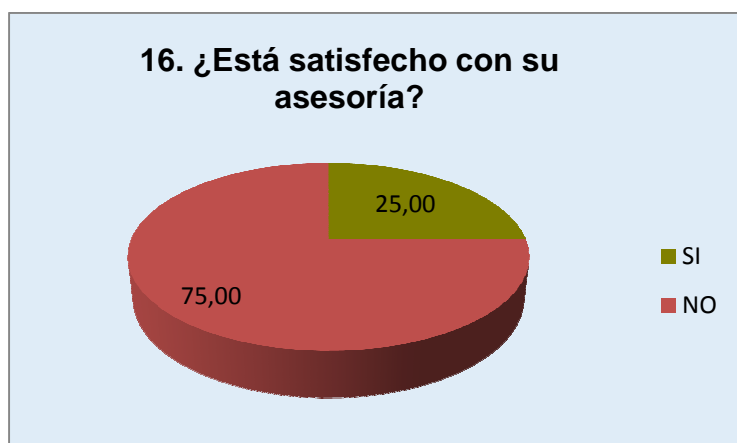
SI	25.32%	NO	74.68%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	25	NO	75
----	----	----	----

16. ¿Está satisfecho con su asesoría?	Variable	%
SI	5	25,00
NO	15	75,00
	20	100

UNIVERSO
25
75
100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

De las personas que contestaron la pregunta anterior de manera afirmativa, se puede determinar que el 75.00% de los pequeños y medianos negocios no se encuentran totalmente satisfechos con la asesoría que les brindan y estarían dispuestos a contratar a un profesional para que realice la declaración mensual de sus actividades comerciales.

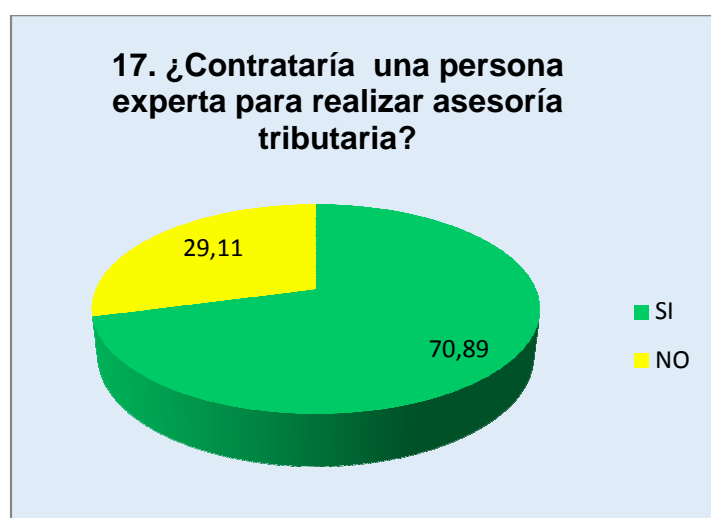
El porcentaje en relación con el total de encuestas es:

SI	25%	NO	75%
----	-----	----	-----

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	25	NO	75
----	----	----	----

17. ¿Contrataría una persona experta para realizar asesoría tributaria?	Variable	%	UNIVERSO
SI	56	70,88608	71
NO	23	29,11392	29
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

El 70.89 % de los pequeños y medianos negocios aceptan y están dispuestos a contratar a una persona experta. La encuesta demostró que han tenido problemas en el momento declarar sus impuestos mensualmente, ya sea porque las personas encargadas no estaban capacitadas o los mismos dueños eran los que realizaban esta labor sin contar con los conocimientos necesarios.

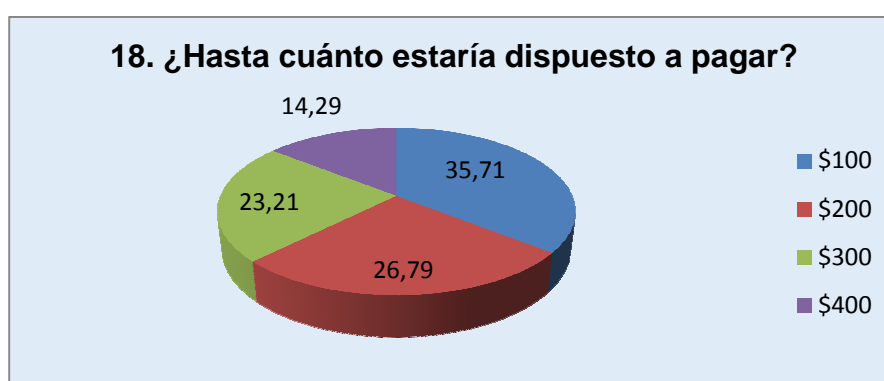
SI	70.89%	NO	29.11%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	71	NO	29
----	----	----	----

18. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar?	Variable	%
\$100	20	35,71%
\$200	15	26,79%
\$300	13	23,21%
\$400	8	14,29%
		100

MENÚ DE SERVICIOS			Valor	UNIVERSO
\$100	50%	20	\$1000	36
\$200	50%	15	\$1000	27
\$300	50%	13	\$1200	23
\$400	100%	8	\$2000	14
				100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

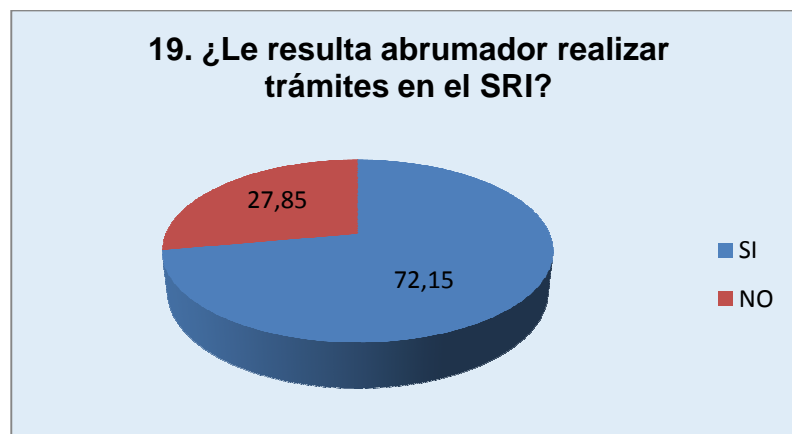
En base a la pregunta anterior el 70.88% de los pequeños y medianos negocios estarían dispuestos a recibir asesoría y consultoría por parte de nuestra compañía, lo cual indica que tienen una aceptación total a este tipo de organizaciones. El porcentaje en relación con el total de encuestas es: el 35.71%, 26.79%, 23.21% y el 14.29% respectivamente.

\$ 100	35.71%	\$ 300	23.21%
\$ 200	26.79%	\$ 400	14.29%

En relación con el Universo representaría el siguiente número de empresas:

\$ 100	36	\$ 300	23
\$ 200	27	\$ 400	14

19. ¿Le resulta abrumador realizar trámites en el SRI?	Variable	%	UNIVERSO
SI	57	72,1519	72
NO	22	27,8481	28
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

De las personas que contestaron la pregunta anterior de manera afirmativa, se puede determinar que el 72.15% de estos negocios tienen dificultad para realizar trámites al SRI, ya sea por desconocimiento o por falta de tiempo, los mismos que estarían dispuestas a contratar a un profesional para que realice este tipo de gestiones.

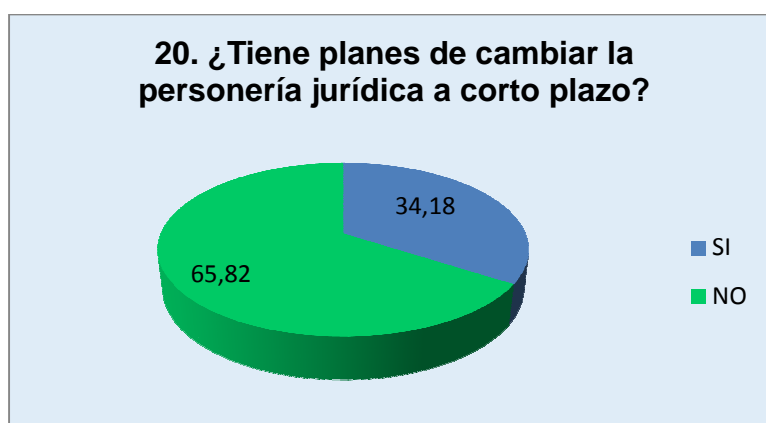
El porcentaje en relación con el total de encuestas es:

SI	72.15%	NO	27.85%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de negocios:

SI	72	NO	28
----	----	----	----

20. ¿Tiene planes de cambiar la personería jurídica a corto plazo?	Variable	%	UNIVERSO
SI	27	34,17722	34
NO	52	65,82278	66
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN

De los pequeños y medianos negocios mencionados en el gráfico anterior, se encontró que aproximadamente un 34.18% consideran que es necesario el que se constituyan como personas jurídicas, porcentaje bajo debido a que no manejan montos elevados.

El porcentaje en relación con el total de encuestas es:

SI	34.18%	NO	65.82%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de empresas:

SI	34	NO	66
----	----	----	----

21. ¿Considera que planear anualmente estrategias tributarias le ayudarían?	Variable	%	UNIVERSO
SI	63	79,74684	80
NO	16	20,25316	20
	79	100	100



Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación de Campo

INTERPRETACIÓN:

El 79.75 % de los encuestados consideran que realizar una planeación estratégica anual, les ayudaría al desarrollo y consecución de los objetivos y metas planteados.

SI	79.75%	NO	20.25%
----	--------	----	--------

En relación con el Universo representaría el siguiente número de empresas:

SI	80	NO	20
----	----	----	----

1.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la Oferta permite determinar las características de la competencia, es decir, las empresas que ofrecen servicios similares y que pueden ser reemplazados por los ofrecidos por la Organización.

Una vez realizado el análisis de los consumidores o usuarios e identificados los competidores presentes en el medio, se iniciará el estudio de estos últimos, tratando de conocerlos y analizarlos lo mejor posible, incluso anticipando su evolución y el manejo estratégico que han proyectado para el mercado.

Esta tarea inicia con la cuantificación, dimensionamiento y localización de los competidores, estableciendo la participación que tienen en el mercado, en cuanto al tipo y volumen de clientes, como en torno a su cobertura geográfica.

Se buscará conocer la estructura empresarial y su capacidad productiva, al igual que las estrategias de mercadeo con que están siendo competitivos, las estrategias de venta y servicio al cliente que han venido implementando.

La determinación de la oferta ha sido mediante un estudio que se realizó acerca de las empresas y fundaciones que prestan asesoría y consultoría en las mismas áreas, que la Organización prestará sus servicios.

Se logró determinar que el servicio de asesoría y consultoría en el Distrito Metropolitano de Quito, se encuentra de la siguiente manera:

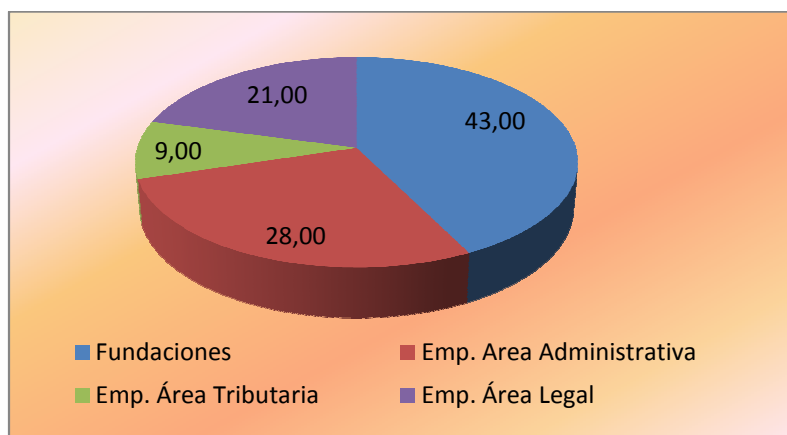
TABLA Nº 1.4 DISTRIBUCIÓN DE LA COMPETENCIA

EMPRESAS U ORGANIZACIONES	CANTIDAD
FUNDACIONES (sin especificar área)	43
EMPRESAS ÁREA CONTABLE	28
EMPRESAS ÁREA TRIBUTARIA	9

Elaborado por: Autoras

Fuente: A.C.C.E.

GRÁFICO Nº 1.1 DISTRIBUCIÓN DE LA COMPETENCIA



Elaborado por: Autoras
Fuente: A.C.C.E.

Estas empresas se encuentran registradas en ACCE (Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador), además para el área administrativa existen nuevos competidores que ingresan anualmente al mercado; son los nuevos profesionales que trabajan independientemente o en grupos asesores, por ejemplo:

1.8.1 En el Área Contable:

En la mayoría, no son empresas, ni están registradas en la Asociación de Empresas Consultoras del Ecuador, en la mayoría trabajan con personas naturales y en algunos casos con pequeños y medianos negocios.

De estas se tiene aproximadamente 368, de las cuales aproximadamente la mitad dedicadas a lo que es asesoría legal a empresas.

1.8.2 En el Área Tributaria:

- asesores contables
- asesores tributarios
- asesores contables y tributarios.

A diferencia de los casos anteriores, la mayoría son empresas, pero no están registradas en la Asociación de Empresas Consultoras del Ecuador, en la mayoría trabajan con personas naturales y en algunos casos con pequeños y medianos negocios. De éstas se tiene aproximadamente 7, y 4 son compañías.

El detalle de las empresas competidoras, registradas en la ACCE y además de las analizadas en los tres puntos anteriores, se detalla en el anexo 1.

A continuación se detalla las Empresas u Organizaciones más importantes de los competidores:

En el estudio realizado se encontró que en la ciudad de Quito existe un total de 38 empresas que realizan asesoría y consultoría registradas en la ACCE, en las áreas Administrativa, Legal y Tributaria, también señala la cantidad de áreas que abarcan, se debe aclarar que en algunos casos estas empresas ofrecen más servicios que los que ofrecerá la organización.

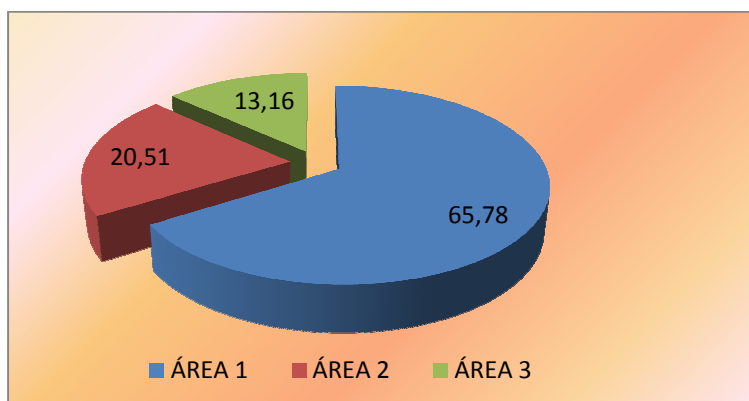
**TABLA Nº 1.5 DISTRIBUCIÓN DE
ÁREAS POR EMPRESA**

EMPRESAS	ÁREAS QUE ABARCAN	PORCENTAJE
5	3	13,16%
8	2	20,51 %
25	1	65,78 %

Elaborado por: Autoras

Fuente: Investigación Directa

GRÁFICO N° 1.2 DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS POR EMPRESA



Elaborado por: Autoras

Fuente: Investigación Directa

Según esta tabla se puede observar que la mayoría de las empresas se especializan en una sola área de asesoría y consultoría, en un porcentaje aproximado de 65.78%, mostrándonos que se encuentran sujetas para las empresas grandes y que son capaces de pagar valores altos por asesoría y consultorías especializadas.

Para las empresas que ofrecen asesoría y consultorías en dos áreas, se tiene a 8 empresas, que representa un 20,51%, alrededor de la tercera parte de otras que ofrecen solo una.

Con respecto a las empresas que ofrecen asesoría y consultoría en las tres áreas, se tiene tan solo 5, que representan el 13,16%, un valor bastante bajo con respecto a las primeras.

1.8.3 COSTOS DE LAS ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS

Para la determinación de los costos que ofrecen las empresas competidoras, se procedió a realizar una investigación para tener los datos en promedio de los precios que manejan a nivel local.

En base al estudio realizado, se determinó que las asesorías tenían valores de acuerdo a las áreas en que se desarrollan,

mismos que se los ha clasificado de acuerdo a las áreas de asesoría y consultoría, así se tiene:

1.8.4 ÁREA TRIBUTARIA

Para el Área Tributaria, se realizó la investigación de la misma manera que para el Área Contable, en relación a los servicios que se ofrecerá, intentando explicar igualmente que los precios son para pequeños y medianos negocios

Se obtuvo los siguientes valores en promedio:

TABLA N°1.6 ÁREA TRIBUTARIA

	Servicio	Tamaño	Precio
1	Desarrollo del planeamiento y estrategias Tributarias	Pequeña	\$ 1000
		Mediana	\$ 1500
2	Revisión tributaria permanente	Pequeña	\$ 300
		Mediana	\$ 450

Elaborado por: Autoras

Fuente: Investigación Directa

Estos valores han sido obtenidos después de realizar un estudio en estas empresas, las mismas que dieron valores bastante variados.

Se debe aclarar que algunas de las empresas consultoras, explicaron que ellos no realizaban servicios de consultoría, especialmente para pequeños y medianos negocios.

Los costos varían según el tipo de asesoría y consultoría y también, de acuerdo a la empresa que se asesora, tomando en cuenta los siguientes datos:

- El tamaño de la empresa
- Su capital
- Actividad económica
- Número de empleados

Además, se determinó mediante el análisis de la competencia los porcentajes de crédito que manejan, teniendo el siguiente resultado:

**TABLA N°1.7 DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITO
POR PARTE DE LAS EMPRESAS**

PORCENTAJES DE CRÉDITO	PORCENTAJE DE EMPRESAS
10 %	16 %
15 %	60 %
20 %	24%

Elaborado por: Autoras

Fuente: Investigación Directa

1.8.5 CONCLUSIONES:

- Se puede determinar que los valores de las asesorías y consultorías por parte de las empresas son altas; pues las que alcanzan los valores más altos son las administrativas que pueden llegar hasta \$ 35.000, para las empresas grandes, partiendo desde los \$ 200, la asesoría y consultoría financiera,

especialmente como auditorías está entre los 2.000 y 4.000, mientras que la asesoría y consultoría legal es la que maneja los valores más bajos.

- La cantidad amplia y los valores altos de las empresas que ofrecen servicios de asesoría y consultoría, asegurará que la organización encuentre apertura de mercado para la realización de sus actividades.
- La mayoría de las empresas poseen una amplia gama de servicios, dentro una misma área, esto significa que para satisfacer la demanda se debe ampliar servicios.
- A pesar de que la mayoría de las empresas de asesoría y consultoría poseen una amplia gama de servicios, éstos se encuentran dentro de una misma área, lo que demuestra que en el caso de que la Organización desee ampliar su mercado a las grandes empresas, no es recomendable ampliar mucho.

1.9 ANALISIS DE LA DEMANDA

El estudio de la demanda permite determinar las características de ésta , es decir, la necesidad de asesoría y consultoría de parte de los pequeños y medianos negocios del Sector Comercial, ofertando de esta manera los conocimientos necesarios para poder proponer los servicios de asesoría y consultoría contable y tributaria.

Este estudio nos ayudará a determinar las características de la demanda de asesoría y consultoría contable y tributaria de los pequeños y medianos negocios del Sector Comercial en el Sector Centro del Distrito Metropolitano de Quito.

1.9.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

**TABLA N°1.8 PROYECCIÓN DE LA
DEMANDA MENSUAL**

SERVICIOS	PRECIOS POR TIPO DE EMPRESA		PROMEDIO DE PRECIOS	Nº DE EMPRESAS A SATISFACER	TOTAL VENTAS MENSUALES	TOTAL VENTAS ANUALES
	PEQUEÑA	MEDIANA				
Revisión Contable Permanente	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 200,00	5	1.000,00	12000,00
Desarrollo del planeamiento y estrategias Tributarias	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 125,00	5	625,00	7500,00
Revisión tributaria permanente	\$ 300,00	\$ 450,00	\$ 375,00	10	3.750,00	45000,00
SUBTOTAL	\$ 500,00	\$ 900,00	\$ 700,00	20	5.375,00	64.500,00

Fuente: Autoras

**TABLA N°1.9 PROYECCIÓN DE LA
DEMANDA A 5 AÑOS**

	Constituciones de compañías, aumento de capital, reforma estatutos	Desarrollo del planeamiento y estrategias tributarias	Revisión tributaria permanente	TOTAL INGRESOS
AÑO 1	\$ 12.000,00	\$ 7.500,00	\$ 45.000,00	\$ 64.500,00
AÑO 2	\$ 12.600,00	\$ 7.875,00	\$ 47.250,00	\$ 67.725,00
AÑO 3	\$ 13.230,00	\$ 8.268,75	\$ 49.612,50	\$ 71.111,25
AÑO 4	\$ 13.891,50	\$ 8.682,19	\$ 52.093,13	\$ 74.666,81
AÑO 5	\$ 14.586,08	\$ 9.116,30	\$ 54.697,78	\$ 78.400,15

Fuente: Autoras

Justificación de la Demanda

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios servicios en un mercado determinado.

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

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

$$Q = n \cdot p \cdot q$$

Dónde:

Q = Potencial del mercado total

n = Número de compradores en el mercado según hipótesis: 373 pequeños y medianos negocios.⁸

q = Cantidad adquirida por un comprador promedio: 1 el servicio contable y tributario

p = Precio de la unidad promedio: \$700,00

Entonces la demanda potencial en dólares de este mercado potencial de los pequeños y medianos negocios es de:

$$Q = 373 * 1 * 700$$

$$Q = \$261\,100,00$$

⁸ <http://www.censos2010.gob.ec/nacionaleconomico/resultadospre.html>

TABLA No. 1.10 ESTUDIO OFERTA

ESTUDIO OFERTA-DEMANDA				
INEC	INVESTIGACIÓN PROPIA	SUPER DE CÍAS		
Demanda Total Pequeños y medianos negocios	% Aceptación	Oferentes	Mercado potencial	Potenciales por oferentes
20	75%	184	100	43

Fuente: Autoras

Razón por la cual tendríamos que establecer como meta mínima de captura 20 clientes-empresas que reportaría tentativamente, considerando el precio del servicio promedio del segmento, \$ 14.000,00.⁹

Como proyecto de factibilidad es importante determinar la Inflación del 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.

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, largo plazo, para calcular la tasa de descuento con la que se empleará 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 año 2009 al 2011

⁹ <http://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>

TABLA 1.11 INFLACIÓN MENSUAL 2009-2011

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 ESTADÍSTICO

Con los datos recolectados en la investigación podemos con toda solvencia determinar que el porcentaje de incremento anual es del 5% de la potencial demanda por este tipo de servicios. Basada también en la superintendencia de compañías para establecer los competidores totales, empresas de auditoría externa, ver anexo 1.

1.9.2 DESCRIPCIÓN DE LOS MÉTODOS PARA LA ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA

La fórmula de la demanda futura es:

$$Q = npq$$

Donde:

Q: demanda potencial.

n: número de compradores posibles para el mismo tipo de producto en un determinado mercado.

Para hallar esta información, podemos hacer uso fuentes secundarias, por ejemplo, podemos buscar en centros estadísticos, datos o registros de población, investigaciones hechas por empresas de publicidad, etc., o podemos hacer nosotros mismos nuestra propia investigación de mercado, por ejemplo, a través de encuestas, en donde las preguntas estarían destinadas a hallar la disposición de los consumidores a adquirir el tipo de producto.

p: precio promedio del producto en el mercado.

El cual también podemos obtener a través de fuentes secundarias o a través de investigaciones propias.

q: cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

Esta información también la podemos obtener a través de fuentes secundarias, pero en caso de no conseguirla, tendremos que hacer nuestra propia investigación a base de encuestas¹⁰.

¹⁰ <http://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>

1.9.3 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

Precio

Los principios de fijación de precios y prácticas de los servicios tienden a basarse en principios y prácticas utilizadas en los precios de los bienes, como ocurre con ellos; por tanto, es difícil hacer generalizaciones sobre los precios. Hay tanta diversidad en el sector servicios como en el de bienes.

Ingresos

Como el ingreso real del consumidor aumenta, el gasto hábitos de cambio. Una gran parte de los ingresos se ha comprometido a los pagos regulares, el resto se llama ingreso discrecional. Obviamente, a medida que aumenta el ingreso real, aumentan los ingresos discrecionales. En este caso, el patrón general es que los consumidores cambiará de inferior (base) a superior (de lujo / disociados) mercancías. "Inferior" aquí no significa necesariamente "malos", sino que indica un producto que parece tener menos calidad y para ser distintivo es menor, y por lo tanto un precio más bajo

El estado de la economía en su conjunto

En una recesión caen los ingresos reales y los consumidores tienden a cambiar de arriba a bienes inferiores, lo que se denomina el «intercambio de abajo». El proceso contrario - "ganar más" - se produce durante (1), (2) el aumento general de los estándares de vida-, (3) mejoras en los ingresos durante la vida de un consumidor o del hogar, (4) existencia de sustitutos, es decir, las alternativas más cercanas que hay para un producto, los consumidores son más propensos a cambiar de su producto.

Suplentes

Un sustituto es una alternativa a un producto. Por ejemplo, un sustituto de la comida para gatos en conserva es la carne cruda fresca. El uno no es un sustituto perfecto del otro, sin embargo, una marca de comida para gatos enlatada puede ser casi idéntico en calidad a otro, y por lo que constituyen un sustituto perfecto. Los suplentes no son menos y la diferencia que hay entre los suplentes, el más sensible es la demanda de un servicio será el de las variaciones de precios. En otras palabras, es la presencia de sustitutos, determina si la demanda de un bien será elástica o inelástica.

1.9.4 ESTIMACIÓN DE LA PENETRACIÓN EN EL MERCADO

Mercado meta primario

Según los datos de la investigación de campo, se puede decir que el mercado objetivo en general son los pequeños y medianos negocios, principalmente del sector comercial.

Consumo aparente

Número de clientes potenciales: Según la CAPEIPI. La Provincia de Pichincha cuenta con 2.608 empresas registradas.

El sector comercial representa el 20,30% del total del Universo.

Demanda insatisfecha

Mediante el estudio de mercado, se establecieron los precios con los que la Organización brindará sus servicios, considerando para aquello las promociones que se brindaran a los clientes. Los cálculos realizados

sobre los precios fijados se proyectan a 5 años con un variación de la inflación de 4.00%.¹¹

Se obtuvieron los datos de la oferta y demanda, que permiten establecer cual es la demanda insatisfecha y la capacidad de la organización se dirigirá al 25 % de los pequeños y medianos negocios que necesitan servicio en el área comercial.

1.10. Ley de la Oferta y la Demanda

En economía, es el mecanismo de formación de precios, establece el precio en el mercado de un bien o servicio, aquí se igualan la oferta y la demanda.

Al aumentar la cantidad de cierto bien fabricado, el costo unitario disminuye, esta economía de escala ha impulsado los procesos de concentración empresarial y fomentado la existencia de multinacionales a escala mundial.

La razón del ahorro de escala se debe a la posibilidad de repartir la parte correspondiente a los costos fijos entre un mayor número de productos, lo que redundará en un menor costo unitario y la posibilidad de ofrecer el producto al cliente a un precio menor. Sin embargo, cuanto mayor es el precio del producto, mayor es la cantidad de empresas dispuestas a fabricarlo y colocarlo en el mercado, con la expectativa de venderlo a un precio elevado, incrementando su beneficio, de modo que a medida que el precio aumenta la oferta también.

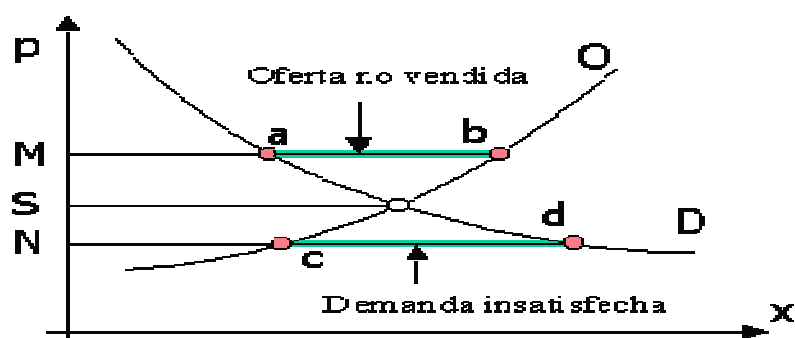
Por otro lado, los compradores también compiten entre sí, concurriendo al mercado para adquirir ciertos bienes, cuando los bienes son idénticos, como puede ser el caso de ciertos mercados de productos industriales normalizados o cuando el servicio es único; los compradores pugnan entre sí por identificarse con el servicio ofrecido, de modo que, a medida que se incrementa la demanda, el precio que están dispuestos a pagar los compradores se incrementa, ante la perspectiva de no poder

¹¹ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

adquirir el producto por falta de oferta. Lo que están dispuestos a pagar los compradores por el bien, disminuye a medida que aumenta la demanda.

Si se representa gráficamente las curvas de oferta y demanda, siendo (x) la cantidad de bienes y (p) el precio, se observa que existe un punto de equilibrio en el que el precio y la cantidad de bienes intercambiados se igualan al precio de equilibrio (S):¹²

OFERTA Y DEMANDA GRÁFICO Nº 1.3



Elaborado Por: Autoras

Fuente: WILENSKY, Alberto, Marketing Estratégico

Si el precio se incrementara hasta M, habría un exceso de oferta ab, de modo que los vendedores se verían obligados a disminuir el precio para poder vender dicho exceso.

Si el precio disminuyera hasta N, habría un exceso de demanda, situación en la que los vendedores incrementarían el precio para aprovechar el tirón del producto.

¹² AVILES, Fernando, RECOPIACIÓN DE MARKETING, pp. 78 – 80

1.11 ESTIMACIÓN DE LA PENETRACIÓN EN EL MERCADO

1.11.1 Mercado meta primario

Según los datos de la investigación de campo, se puede decir que el mercado objetivo en general son los pequeños y medianos negocios, principalmente del sector comercial.

1.11.2 Consumo aparente

Número de clientes potenciales según la CAPEIPI. La Provincia de Pichincha cuenta con 2.608 negocios registrados.

El sector comercial representa el 20,30% del total del Universo.

1.11.3 Demanda potencial

La demanda potencial asciende a 100 empresas.

Como análisis previo al estudio de mercado, se ha tomado de un análisis que realizó el Ministerio de Industrias y Productividad, sobre los pequeños y medianos negocios del Sector Centro del Distrito Metropolitano de Quito, para poder darle una mayor confianza al estudio y de esta manera confirmar que los negocios requieren de un organismo que les brinde asesoría y consultoría.

A continuación se presentan los datos más representativos de este estudio.

- A lo largo de esta investigación se ha podido constatar, una vez más, el papel que históricamente desempeñan los pequeños y medianos negocios en aspectos claves del convivir nacional como la absorción de empleo, la producción de bienes y servicios para atender las necesidades básicas de la sociedad nacional, la generación de riqueza. No está en

discusión su aporte al desarrollo del país, sino los problemas que afectan su desenvolvimiento y que impiden que pueda desplegar todas sus potencialidades.

- Esta investigación permite observar que los pequeños y medianos negocios comerciales son un mercado insatisfecho, con alrededor de 100 empresas que requieren servicios de Asesoría y Consultoría, debido a que históricamente ha sido un sector olvidado y desprotegido de la economía nacional.
- Se ha analizado que los medianos y pequeños negocios del sector comercial no cuentan con una estructura operacional, ni con un análisis financiero cuando inician con un negocio, esto da una apertura para ofrecer los servicios brindándoles una estabilidad en el mercado y mejorando el direccionamiento de la empresa.
- Mediante el estudio realizado por el Ministerio de Industrias y Productividad, se determinó que estos negocios comerciales, no poseen una organización que les permita crecer, tampoco un personería jurídica que les brinde mayor seguridad legal, ni personal capacitado en el control de calidad de dichas empresas, con lo cual mejorar su productividad.
- A través de la investigación de campo realizada se pudo constatar que los pequeños y medianos negocios en su mayor parte han sido un sector apartado para el ofrecimiento de servicios de Asesoría y Consultoría, debido a que no se les considera como un sector atractivo económicamente para las empresas consultoras del Ecuador, lo que les ha dejado a merced de factores que les impiden crecer y en su mayoría desaparecer.

- Además se han determinado valores que permiten apreciar a este sector como atractivo para la inversión de tiempo de trabajo.
- La apertura que tienen estos negocios para recibir Asesoría y Consultoría en su mayoría es muy alta, puesto que gran parte de ellos se encuentran en condiciones difíciles y deben tomar una actitud más fuerte.
- Esta investigación permite evaluar a los pequeños y medianos negocios del sector comercial porque son un mercado con graves falencias, que necesita de servicios de asesoramiento; esto ha llevado a que algunas de estas empresas desaparezcan del mercado, debido a que no han tenido el apoyo suficiente por el Gobierno y han sido un mercado desprotegido en la economía nacional.
- Se puede identificar que la mayor falencia que existe en el sector comercial es el área administrativa y en el manejo de ventas, por lo que se debe dar relevancia atendiendo específicamente en estos puntos básicos que les permitirán tener un mejor desenvolvimiento para luchar con la competencia.
- La mayor necesidad que se puede determinar en este estudio es la de mejorar al área tributaria y contable, pues son las mayores debilidades que poseen.

1.11.4 TIPO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Los clientes a los que va dirigida la asesoría y consultoría son pequeños y medianos negocios, que se encuentran ubicados en el sector comercial, esta selección fue realizada en base a una segmentación que se efectuó con el fin de obtener un mercado objetivo más claro, que permita estudiarlo con mayor facilidad y especificar las áreas de asesoría y consultoría.

En base a un amplio estudio realizado se determinó que estos negocios no poseen los conocimientos técnicos, administrativos y tecnológicos que les permita crecer adecuadamente, además que no pueden acceder a consultorías especializadas por grandes empresas.

Para analizar el comportamiento de los clientes potenciales, se analizará desde un grupo mayor.

1.12 DEMANDA INSATISFECHA

“La segmentación del mercado revela las oportunidades de mercado a las que se enfrenta la Organización, esta debe evaluar los diferentes segmentos y decidir cuántos y a cuáles servir”.¹³

El mercado potencial ha sido seleccionado en forma específica, como destinatario de la gestión de marketing; además es el mercado que la Organización desea y decide captar.

1.12.1 Mercado meta primario

Según los datos de la investigación de campo se puede decir que el mercado objetivo en general son los pequeños y medianos negocios, principalmente del Sector Centro.

¹³ DIRECCIÓN DE MERCADOTÉCNIA. Philip Kotler. Pág. 281

1.12.2 Consumo aparente

Número de clientes potenciales: Según la CAPEIPI. La provincia de Pichincha cuenta con 2.608 empresas y negocios comerciales a nivel del Distrito Metropolitano de Quito para lo cual el mercado a captar será el Sector Centro con 100 negocios.

1.12.3 GEOGRÁFICOS

Se seleccionará un segmento de mercado más claro, es decir, proporcionará un grupo particular de clientes, para poder analizarlo y determinar sus necesidades de una manera más específica, es así que se realizó lo siguiente:

Tabla N°1.12 Geográfica

Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito D. M.
Densidad	Urbana

Fuente: Autoras

Geográficamente se ha determinado que el área hacia la cual se enfocará y en el que se asientan una gran porcentaje de los pequeños y medianos negocios del sector Comercial, es el Distrito Metropolitano de Quito, determinando que por la cercanía geográfica se trabajará en el área urbana, esto por ser la ciudad en la cual estará domiciliada la Organización.

Tabla N°1.13 Comercial

Sector	Pequeños y Medianos
Económico	Negocios.
Sub Sector	Comercial

Fuente: Autoras

El mercado objetivo son los pequeños y medianos negocios dedicados al área comercial. Obteniendo información de los pequeños y medianos negocios se separará los sectores y se dirigirá al sector comercial, que representa el 20,30%¹⁴ del mercado a nivel de todo el Ecuador, existiendo alrededor de 100 negocios del Sector Centro¹⁵ del Distrito Metropolitano de Quito.

1.12.4 Plan Piloto

Para asegurar que la investigación de mercado sea lo más efectiva posible, se ha realizado una prueba piloto, la misma que permitirá determinar cualquier posible mejoría a la encuesta que posteriormente se la efectuará a las empresas de acuerdo a la muestra que se obtenga.

Para el plan piloto se tomó una muestra de 79 empresas hacia las cuales se les encuestó, con un formato de encuesta que se puede observar en el (Anexo 3). Con esta información se procedió a realizar la encuesta definitiva con los resultados siguientes:

1.13 DEMANDA Y OFERTA PROYECTADAS

TABLA N°1.14 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA MENSUAL

SERVICIOS	PRECIOS POR TIPO DE EMPRESA		PROMEDIO DE PRECIOS	N° DE EMPRESAS A SATISFACER	TOTAL VENTAS MENSUALES
	PEQUEÑA	MEDIANA			
Revisión Contable Permanente	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 200,00	5	1.000,00
Desarrollo del planeamiento y estrategias Tributarias	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 125,00	5	625,00
Revisión tributaria permanente	\$ 300,00	\$ 450,00	\$ 375,00	10	3.750,00
SUBTOTAL	\$ 500,00	\$ 900,00	\$ 700,00	20	5.375,00

Fuente: Autoras

¹⁴ FUENTE: MICIP

¹⁵ FUENTE: Cámara de la Pequeña y Mediana Industria

**TABLA N°.15 PROYECCIÓN DE LA
DEMANDA A 5 AÑOS**

	Constituciones de compañías, aumento de capital, reforma estatutos	Desarrollo del planeamiento y estrategias tributarias	Revisión tributaria permanente	TOTAL INGRESOS
AÑO 1	\$ 12.000,00	\$ 7.500,00	\$ 45.000,00	\$ 64.500,00
AÑO 2	\$ 12.600,00	\$ 7.875,00	\$ 47.250,00	\$ 67.725,00
AÑO 3	\$ 13.230,00	\$ 8.268,75	\$ 49.612,50	\$ 71.111,25
AÑO 4	\$ 13.891,50	\$ 8.682,19	\$ 52.093,13	\$ 74.666,81
AÑO 5	\$ 14.586,08	\$ 9.116,30	\$ 54.697,78	\$ 78.400,15

Fuente: Autoras

CAPÍTULO II PROPUESTA ESTRATÉGICA

2.1 FORMULACIÓN MISIÓN – VISIÓN

2.1.1 Misión

Brindar asesoría Tributaria y Contable de excelente calidad, con seriedad, responsabilidad y honradez a los pequeños y medianos negocios en el sector Centro de la ciudad del Distrito Metropolitano de Quito, contando con personal altamente capacitado, para que nuestros clientes puedan alcanzar altos niveles de competitividad,

2.1.2 Visión

Ser para el año 2013 la Organización de asesoría, consultoría, líder en las ciudades de Quito D. M., Guayaquil, Cuenca y Manta, contando con más áreas de servicio, promoviendo el desarrollo a largo plazo de los pequeños y medianos negocios.

2.2 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

2.2.1 Principios

Toda organización tiene ciertas creencias que determinan su comportamiento en las actividades habituales de la empresa, estas creencias se definen como principios, los mismos que regulan la gestión de la organización, y constituyen de igual forma la filosofía de la empresa, en la cual se sustenta la cultura organizacional.

Así de esta forma se tienen los siguientes principios:

- Lograr el éxito con nuestros clientes
- Lograr el éxito con nuestros proveedores
- Lograr el éxito con nuestro personal

- Integridad, honestidad y lealtad a la empresa en el ejercicio de las funciones.
- Transparencia en la gestión administrativa.
- Excelente servicio a los clientes.
- Profesionalismo, creatividad y eficiencia en todas las labores y actividades.
- Trabajo en equipo con respeto, iniciativa y creatividad.

2.2.2 VALORES

TRANSPARENCIA: Es la apertura y flujo de información de las organizaciones al dominio de todo. Esto la vuelve accesible a todos los posibles actores interesados, permitiendo su revisión y análisis y la detección de posibles anomalías.

EFICIENCIA: Es la capacidad de lograr los fines empleando los mejores medios posibles.

ATENCIÓN AL CLIENTE: Es el servicio que proporciona la empresa para relacionarse con los clientes y satisfacer sus necesidades, este proceso debe hacerse con calidad.

FLEXIBILIDAD: Capacidad para adaptarse a los cambios. Se asocia con la respuesta que las empresas ofrecen a la volatilidad y riesgo existente en los mercados y en la propia organización. Es necesaria porque existen riesgos en el mercado y en la organización.

INNOVACIÓN: Es el arte de convertir las ideas y el conocimiento en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado reconozca y valore.

TRABAJO EN EQUIPO: Es la reunión de un grupo de personas que trabajan con un compromiso más la estrategia y el procedimiento requerido para alcanzar metas comunes, todo esto junto con liderazgo, armonía, responsabilidad, creatividad, voluntad, organización y cooperación entre cada uno de los miembros.

INTEGRIDAD: Ser recto, honesto y sincero al realizar cualquier función o trabajo en su desempeño profesional.

2.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS

2.3.1 FINANCIEROS

- Brindar servicios complementarios de asesoría contable y tributaria, ofreciendo a los clientes un servicio integral en todas las áreas que les permita maximizar los recursos.
- Determinar el adecuado manejo de fondos; su consecución y utilización eficiente en la economía de la empresa.
- Fijar técnicas financieras como índices financieros, determinación del presupuesto, proyección de estados financieros, punto de equilibrio para valoración de la empresa.

2.3.2 DE VOLUMEN

- Conseguir el beneficio económico con los recursos necesarios para obtener el lucro; y consecuentemente mostrar el retorno a los accionistas.
- Utilizar recursos de la manera más eficiente, en recursos publicitarios en los diferentes medios.
- Desarrollar estrategias de penetración de mercado en el caso de nuevos productos o servicios.

- Captar la mayor cantidad de clientes posibles mediante una correcta promoción de los servicios que presta la organización.
- Presentar informes mensuales del estado de cartera de la organización, con sus respectivos detalles de envejecimiento.

2.3.3 IMAGEN

- Alcanzar al grupo objetivo en el menor tiempo posible y a menor costo posible.
- Lograr una alta recordación del mensaje publicitario utilizando estrategias de medios publicitarios.
- Posesionar a la organización en el mercado como elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento, adecuan cambios de imagen, para transmitir la prestación de los servicios tributarios y contables.¹⁶

2.4 ANALISIS DE ESTRATEGIAS

2.4.1 ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN VENTAJA COMPETITIVA

Será logrado a través de una distribución de medios entre televisión, y prensa con la mayor cobertura y penetración, incluye un análisis detallado de su cobertura y raiting.

Táctica de Medios

TABLA N°2.1 DETALLE DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Medio	Descripción	Segmento	Duración
Televisión	Ecuavisa	En Contacto	1 día
	Teleamazonas	De 9 a 10	1 día
	Gamavisión	Noticiero Nacional	1 día
	RTS		1 día
	TC Televisión	El Noticiero - Cosas de Casa	1 día
Prensa	Líderes	Latido Empresarial	1 día
	La Familia	Servicios	1 día

Fuente: Autoras

¹⁶ www.gestiopolis.com/canales/.../28/objetivos.htm -

TABLA N°2.2 DETALLE DE PUBLICIDAD Y PROMOCION

Publicity:			
Programa "En Contacto"			
Cosas de Casa			
Comunicados de prensa (LA FAMILIA)			
Promoción:			
porta esferos	50	0,35	17,5
esferos	100	0,2	20,00
agendas	25	5	125,00
TOTAL	162,5		

Fuente: Autoras

Se realizará una inversión en lo que respecta a la publicidad, los recursos se encuentran destinados a los Gerentes, dueños o administradores de los clientes potenciales.

2.4.2 ESTRATEGIA DE ENFOQUE O ALTA SEGMENTACIÓN

TABLA N°2.3 ESTRATEGIA DE ENFOQUE O ALTA SEGMENTACIÓN

PROBLEMA	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	TÁCTICA
Desconocimiento del mercado objetivo (Pequeños y Medianos Negocios) de la existencia de la organización	Diseñar el portafolio de servicios de la organización	Estrategia de Enfoque	El portafolio sería mediante una carpeta con el diseño de la organización a dos colores, detallando los siguientes datos en un hoja: Inicio de la Organización Siguiendo página: Misión, Visión, Objetivos, valores y slogan. En la siguiente hoja entraría el tema impacto social. La siguiente página constaría los diferentes servicios a ofrecer
La demanda insatisfecha (pequeños y medianos negocios) necesita de asesorías en Manuales de procedimiento interno.	Implementar la asesoría de procedimientos internos con la elaboración de Manuales de procesos y manuales de funciones	Estrategia de Enfoque: Se realizará la asesoría mediante la contratación del personal adecuado en esta área, quienes diseñarán el respectivo plan para el procedimiento interno (Manual de procesos y de Funciones)	Se contratará este profesional mediante avisos en el periódico EL COMERCIO, y adicionalmente realizando una evaluación que lo faculte apto para el servicio de asesoría. Esta evaluación consta de perfiles de puesto, competencias, atención al cliente y remuneración.

Fuente: Autoras

2.4.3 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

Este Servicio Mensual, a manera de una tercerización, se lo promueve en negocios en las cuales que no requieren de un contador, para de esta manera reducir los gastos por pago de personal de planta.

TABLA N°2.4 ÁREA TRIBUTARIA

	Servicio	Tamaño	Precio
1	Desarrollo del planeamiento y estrategias Tributarias	Pequeña	\$ 100
		Mediana	\$ 150
2	Revisión tributaria permanente	Pequeña	\$ 300
		Mediana	\$ 450

Fuente: Autoras

Estos valores han sido obtenidos después de realizar un estudio en estos negocios, los mismos que dieron valores bastante variados.

Se debe aclarar que algunas de las empresas consultoras explicaron que ellos no realizaban servicios de consultoría, especialmente administrativa a pequeños o medianos negocios.

Valores que tienen un rango, debido a que los costos de estas Asesoría y Consultoría poseen una diferenciación similar a la que posee la Organización, es decir, que los costos varían según el tipo de Asesoría y Consultoría y, de acuerdo a la empresa que realiza, tomando en cuenta los siguientes datos:

- El tamaño de la empresa
- Su capital
- Actividad económica
- Número de empleados

2.4.4 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

TABLA N° 2.5 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

PROBLEMA	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS
1.Desconocimiento del mercado objetivo (pequeños y medianos negocios) de la existencia de ASERCONTRI	1.1 Informar de la existencia de grupo objetivo.	Diseñar una Campaña de Comunicación Integral: Publicidad, Publicity, Promoción, Relaciones Públicas, Ventas Personales.	1.1.1.1 Publicidad: Papelería: Tarjetas de presentación, Hojas membretadas, sobres. Publicity: Programa "En Contacto", Cosas de casa, comunicados de prensa. Promoción: porta esferos, esferos, agendas. Relaciones Públicas: la visita personal a las empresas para el conocimiento de la Organización. Ventas personales: se aprovechará además de las visitas personales, También contactos con allegados en empresas. hoja: Inicio de la Organización Siguiete página: Misión, Visión, Objetivos, valores y slogan. En la siguiente hoja entraría el tema impacto social. Otra página constaría los diferentes Servicios a ofrecer
2.- La falta de clientes en la Organización	2.1.- Incrementar el número de clientes en la Organización	Se incrementará la cartera de clientes en base al tele mercadeo y publireportajes, así como medios de prensa. 2.1.2.- Se enviará vendedores para informar acerca de la fundación	2.1.1.1. Se realizará publireportajes en programas de gran sintonía en períodos mensuales establecidos en el plan de medios. 2.1.2.1. El departamento de ventas capacitará a los vendedores para que visiten periódicamente a pequeños y medianos negocios y den a conocer los servicios respaldado por sus respectivos portafolios de servicios.

Fuente: Autoras

2.4.5 ESTRATEGIA DE COBERTURA

Además se determinó mediante el análisis de la competencia los porcentajes de crédito que manejan, teniendo el siguiente resultado:

**TABLA N°2.6 DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITO
POR PARTE DE LAS EMPRESAS**

PORCENTAJES DE CRÉDITO	PORCENTAJE DE EMPRESAS
10 %	16 %
15 %	60 %
20 %	24%

Fuente: Autoras

2.5 DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA (MARKETING MIX)

2.5.1 PROBLEMAS DE LA ORGANIZACIÓN

Tiene como finalidad resolver los siguientes 4 problemas identificados en la Organización

**TABLA N°2.7 PROBLEMAS DE
LA ORGANIZACION**

PROBLEMAS DE LA ORGANIZACIÓN	
Información: Cuando el grupo objetivo (pequeños y medianos negocios) desconoce los servicios de la Organización; no saben su existencia.	Persuasión: La gente no está convencida de utilizar los servicios de la organización.
Concientización: Cuando el grupo objetivo desconoce de los servicios que se ofrece; ventajas, valor agregado, precios, etc.	Posicionamiento: Todavía no se logra ocupar un lugar privilegiado en la mente del consumidor.

Fuente: Autoras

Los lineamientos a seguir son:

- Resolver los problemas comunicacionales con:
- Publicidad
- Publicity
- Relaciones Públicas
- Promoción
- Ventas Personales

2.5.2 Léxico común: Utilizar léxico fácil de entender ya que el grupo objetivo hacia el cual se está direccionando no contarán siempre con el sustento de una educación superior.

2.5.3 Estrategias Comprobables: A través de la comunicación se demostrará con imágenes la veracidad y necesidad de emplear los servicios de asesoría de la Organización.

2.5.4 Credibilidad: Mediante las referencias que se pedirá a las Empresas ya asesoradas y que han logrado los objetivos esperados por ellos.

2.5.5 Desarrollo de la perspectiva del Nombre de la Organización: Congruentes con los objetivos de Marketing aplicándole en todos los elementos en los que se proyecte la imagen de la Organización.

2.6 ESTRATEGIA DE SERVICIO

Los dos activos más importantes de una empresa son sus clientes y su equipo de trabajo y solo aquellas que tengan personal competitivo, productos o servicios de calidad: con un excelente servicio podrán garantizar un posicionamiento efectivo y perdurable en el mercado.

Para que el servicio, sea excelente, la organización delegará adecuadamente, entrenar intensamente al empleado que tiene contacto directo con el cliente, dará toda la información que deba manejar en su

cargo y proporcionará estrategias de servicio que garanticen la fidelidad de la persona que llega a la empresa.

Las siguientes estrategias le permitirán a la empresa brindar un mejor servicio:

Reducirá la cantidad de contactos con tus clientes e incrementará su intensidad: La primera persona que brinde el servicio al cliente debe contar con toda la información que requiera para que la atención sea completa. La estrategia inicial es evitar que el cliente tenga que describir sus necesidades a más de una persona para lograr ser atendido. Se escuchará al cliente atenta y cordialmente: Cuando el cliente está escuchado, se siente valorado e importante. La habilidad para hacer las preguntas clave facilita una atención ágil y acertada.

- Reducir los vacíos de información: Dentro de la diversidad de problemas que surgen en la relación con el cliente, uno de los más frecuentes es la ausencia de calidad en la que se le brinda, debe de proporcionarle una indagación específica y exacta.
- Evitar la preocupación del cliente: Cuando se le brinde el total de la información que requiere, cuando se le dan a conocer las políticas y procedimientos relacionados con él y se mantiene en todo momento una intachable conducta comercial.
- Desmontar los mecanismos distractores y agilizará el servicio: La empresa agilizará su atención al cliente porque, aunque la amabilidad es importante y una sala de espera con televisor es agradable, lo que el cliente siempre desea es ser atendido rápidamente.
- Aplicar el principio promete menos y da más: Es de gran importancia armonizar la oferta del servicio con lo que el cliente

realmente recibe, porque cuando un cliente se siente engañado se pierde para siempre.

- Dejar que el cliente se comunique con la Organización de modo voluntario: Aunque la postventa es muy importante no es bueno que el cliente se sienta asediado o presionado. Si ha recibido un buen producto o servicio podemos estar seguros de que regresará.
- Elaborar encuestas para que el cliente diga todo lo que no le gusta: Estar muy atentos a sus requerimientos y reclamos para hacer los correctivos necesarios. Solo así se podrá desarrollar una mejora continua del servicio.
- Mirar a los empleados como socios y hacerlos sentir parte fundamental de la empresa: Cuando el empleado se siente valorado desarrolla una capacidad de colaboración que redundará siempre en el éxito de la organización.
- Verificar las estrategias de la competencia: Como la organización todavía no es líder, se buscará un modelo para seguirlo y superarlo. No se le temerá a la competencia sino a la incompetencia y a la falta de creatividad que muchas veces frenan el desarrollo de una organización.

2.6.1 ESTRATEGIA DE CANALES DE COMUNICACIÓN

Comunicar es:

Hacer partícipe a otro de lo que uno es y tiene.

¿Con quién se comunica la empresa?

Proveedores intermediarios, consumidores y los públicos

Programa de Comunicación

También se llama mezcla de Promoción

Se usarán varios instrumentos para el cumplimiento de metas y objetivos de la comunicación de marketing:

1. Publicidad
2. Venta personal
3. Promoción de ventas
4. Relaciones públicas

Venta Personal

Es la presentación personal que hace la fuerza de ventas de la empresa con el propósito de hacer ventas y de desarrollar relaciones con los clientes mediante:

- Presentaciones de ventas, ferias comerciales, programas de incentivos a empleados.

Promoción de Ventas

Son los incentivos a corto plazo para fomentar la compra o la venta de un producto o servicio mediante:

Exhibidores en el punto de venta, premios, descuentos, cupones y demostraciones.

Relaciones Públicas

La creación de relaciones positivas con los diversos públicos de la organización mediante la obtención de una publicidad favorable, la creación de una imagen corporativa positiva y el manejo o la eliminación de rumores, historias y eventos desfavorables.

Publicidad

Es cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de ideas, bienes o servicios que hace un patrocinador identificado incluye a través del proceso de comunicación, desarrollando una comunicación efectiva.

Libertad del consumidor:

El cliente tiene la opción de escoger el servicio que necesita, sea uno o varios de ellos, así se le puede ofrecer libertad al escoger y al recibir un servicio.

Necesidades vitales básicas:

La organización busca crear una cultura ética en las empresas, promoviendo los derechos de los trabajadores, buscando que sus necesidades básicas se cumplan mediante el pago oportuno y contando con un salario digno.

Necesidades y servicios colectivos:

La Organización deberá considerar no solo las necesidades de las empresas, sino dirigirse también al personal interno y externo que la componen, promoviendo el trato cordial dentro de las empresas, respeto a sus derechos y creación de ambientes favorables para el desarrollo de las actividades, ya que sin ellos la organización y el cliente no podrán surgir como son los principios de la misma. Esto se lo efectuará en la realización de charlas y seminarios gratuitos de motivación, relaciones humanas, entre otras, y dentro de las empresas.

2.7 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

El objetivo principal de la organización es convencer al cliente de comprar el servicio en el momento mismo en que se informa del mismo. Para ello se establecen las siguientes promociones.

2.7.1 Cupones

Se atraerá a los consumidores por medio de cupones que los conllevarán hacia el servicio en oferta para ser adquirido cuanto antes. Estos cupones equivalen a dinero, los cuales los cambian con la organización para recuperar su valor.

2.7.2 Creación de empresas

La organización realizará charlas gratuitas para el asesoramiento de las personas que deseen realizar un emprendimiento, es decir que posean un capital y deseen invertirlo, para de esta manera crear nuevos negocios y fuentes de trabajo. Además realizará un seguimiento a estos nuevos negocios para asegurar su funcionamiento a futuro y su beneficio a la sociedad.

Esta actividad la realizará un fin de semana al mes, de manera gratuita para todo tipo de personas, en las instalaciones de la Organización.

2.7.3 Muestras

Una vez conseguido un porcentaje de clientes satisfechos se realizará una estrategia de promoción de ventas en la que el servicio en sí, es el principal incentivo. Es una manera de lograr que el cliente tenga acceso al servicio ya sea gratis o mediante el pago de una suma mínima con el objeto de que conozca el servicio y de esa forma, el cliente lo comprará por voluntad propia; básicamente el éxito depende de su naturaleza. Si se cuenta con ventajas que son inmediatamente perceptibles, la utilización de muestras como estrategia promocional será la adecuada.

- Muestras de puerta en puerta mediante folletos
- Muestras por correo
- Muestras por volantes

2.7.4 Sorteos

Los sorteos son estrategias promocionales en las que el incentivo principal para el cliente es la oportunidad de ganar algo con un esfuerzo e inversión mínimos.

Los sorteos ofrecerán a los clientes emoción y diversión, en temporadas Día de la Madre, Día del Padre se sortearán celulares, iphones, etc.

El participar de algo el cliente se sentirá agradado. Al elegir los concursos y los sorteos como estrategia promocional, se le da un toque emocionante a la campaña promocional. Además, su costo es relativamente bajo y los premios son repartidos entre un gran número de participantes de los cuales solamente unos cuantos serán ganadores; mientras tanto, la marca estará logrando un mayor reconocimiento entre el público.

2.8 ESTRATEGIA DE PRECIO

Los principios de fijación de precios y prácticas de los servicios tienden a basarse en principios y prácticas utilizadas en los precios de los bienes. Como ocurre con los bienes, es difícil hacer generalizaciones sobre los precios. Hay tanta diversidad en el sector servicios como en el sector bienes. La intangibilidad tiene numerosas consecuencias para los precios. Para esto se ha hecho un estudio de la oferta, determinado los valores aproximados de las asesorías que realiza la competencia, de esta manera la fijación del precio estará en base al precio que se maneja en el mercado, pero con un porcentaje de hasta el 35% menos.

TABLA Nº 2.8 PRECIOS DE LOS SERVICIOS
ÁREA TRIBUTARIA

	Servicio	Tamaño	Precio
1	Desarrollo del planeamiento y estrategias tributarias	Pequeña	\$ 650
		Mediana	\$ 1.000
2	Revisión tributaria permanente	Pequeña	\$ 200
		Mediana	\$ 300

Fuente: Autoras

- Se puede determinar que las organizaciones representa el 43% de la oferta de asesoría y consultoría, lo que demuestra fortaleza en este sector.
- También se puede determinar que los valores de las asesoría y consultorías por parte de las empresas son altas, las asesoría y consultorías que alcanzan los valores más altos son las contables que pueden llegar hasta \$ 35.000, para las empresas grandes, partiendo desde los \$ 200, mientras que la asesoría y consultoría legal es la que maneja los valores más bajos.
- En base a los datos anteriores se puede determinar que el área que maneja valores más altos y hacia la cual debería promocionar más los servicios son las asesorías y Consultorías Contables y Tributarias.
- La cantidad amplia y los valores altos de las empresas que ofrecen servicios de Asesoría y Consultoría, asegura que la organización se encuentra en un mercado agradable para la realización de sus actividades.
- La mayoría de las empresas poseen una amplia gama de servicios, dentro una misma área, esto significa que para satisfacer la demanda se debe ampliar la gama de servicios.

- A pesar de que la mayoría de las empresas de Asesoría y Consultoría poseen una amplia gama de servicios, estos servicios se encuentran dentro de una misma área, lo que demuestra que en el caso de que la Organización desee ampliar su mercado a las grandes empresas, no es recomendable ampliar mucho su gama de servicios.
- Las Asesorías y Consultorías que ofrece la competencia son asesoría y consultorías especializadas, que en muy pocos casos las pequeñas empresas requieren, a excepción de la capacitación en el área en el cual se desarrollan.

CAPÍTULO III ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

En el estudio técnico se desarrolló todo lo relacionado con los diferentes campos, en los que la organización brindará asesoría, que específicamente son: Asesorías en el campo Contable y Tributario y todo lo referente a los implementos que se necesitan.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS A TRATAR EN EL ESTUDIO TÉCNICO

La Gerencia de ASESCONTRI establece su política de calidad como parte de su filosofía y compromiso.

Con la calidad:

- ASESCONTRI se compromete a establecer los procesos necesarios para satisfacer y superar las expectativas de los clientes mediante la detección continua de sus necesidades, orientándose al logro de los objetivos de calidad.

3.2.1 Descripción del Servicio

- ASESCONTRI, se encuentra comprometida con el bienestar y desarrollo de las personas que laboran en los pequeños y medianos negocios, para lo cual ha desarrollado políticas que promueva esta actividad.
- Para el cumplimiento de su labor social, se generará recursos financieros mediante su actividad económica, para invertir en la capacitación a pequeños y medianos negocios, que no posean los recursos necesarios.

- ASESCONTRI realizará asesorías y consultorías de manera gratuita a pequeños y medianos negocios que no posean los recursos financieros.
- ASESCONTRI convencida que la preparación técnica y universitaria será un sustento para el desarrollo, mejora y crecimiento de los pequeños y medianos negocios, brindará becas para estudios superiores el personal que labore.

3.2.2 Políticas de la Organización

3.2.2.1 Política del Departamento de Gerencia

- ASESCONTRI está comprometida con el cumplimiento de las Normas Legales en la Contratación.

3.2.2.2 Política del Departamento de Contabilidad

- ASESCONTRI mantiene como política de su departamento de contabilidad, la realización correcta y legal de todos los documentos, registros y demás, que son necesarias a nivel contable financiero, alega la utilización de los mismos para la presentación ante sus autoridades.

3.2.2.3 Política de propiedad del cliente

- Se resguarda la propiedad del cliente mientras esté bajo el control y custodia de la Organización, esto en los servicios cuya naturaleza se manejen documentos o información para la ejecución.

a. Identificación:

- Para todo trámite el cliente justificará su personería; en el caso de ser personas naturales justificará con su cédula de identidad, en el caso de ser persona jurídica, su representante deberá presentar el correspondiente nombramiento o según sea el caso.

b. Documentación para el servicio:

- El cliente para todo tipo de trámite, deberá presentarnos los documentos necesarios en originales y copias según sea el caso.

c. Acuerdos con el cliente:

- El cliente deberá suscribir un documento de curso legal en el cual contenga las obligaciones de los contratantes, los mismos que pueden ser: contratos, convenios de pago y garantías. Políticas para los Proveedores.
- El pago a proveedores se lo realizará solo los días viernes de cada semana.
- Se pagará en cheques.
- El horario se establece de 13h00 a 18h00.

3.3 Proceso de selección de personal

Para la Selección del Recurso Humano se realizará un correcto proceso a fin de obtener a los mejores candidatos, para ello se expondrá la necesidad de candidatos para determinados puestos, mediante:

- Avisos en un periódico de gran circulación
- Avisos en el interior de la Organización
- Avisos en Internet

- Currículo archivados
- Candidatos recomendados por el personal

A las carpetas de los candidatos, se les revisará y mediante un filtro se determinará a los más opcionados, de los cuales se les solicitará que se acerquen a la Recepcion y se les pedirá realizar las siguientes actividades:

- Llenar una ficha personal
- Llenar ficha profesiográfica
- Realizar un test de personalidad
- Realizar pruebas de conocimientos y destrezas (de acuerdo con el cargo al que aplican)

A los candidatos que mejor desarrollaron se les realizará por último una entrevista con el Gerente, mismo que valorará el desarrollo de los aspirantes en dicha entrevista y de esta manera elegirá a los candidatos o candidatas óptimos para ocupara determinados cargos.

3.4 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE PLANTA (ESPACIO)

3.4.1 Principios de Planta

Principio de la mínima distancia recorrida.

Se aplicará este principio para evitar las demoras en las actividades que realiza el personal y de esta manera optimizar tiempo y recursos. Se implementará especialmente en la cercanía de áreas que necesiten estar relacionadas en los procesos de ventas y servicios.

Principio de espacio cúbico.

Principio que se lo utilizará al implementar archivadores aéreos, estantes o demás mobiliario que permita optimizar el espacio.

Principio de flexibilidad.

Principio efectivo al ubicar los artículos en los espacios de manera cercana, lo que permitirá el fácil acceso del personal a ellos.

3.4.2 Beneficios de una buena distribución en planta.

La implementación brindará beneficio que ayudará a un mejor rendimiento de la organización, como son:

- Evitar retrasos.
- Obtener ahorro de espacio.
- Utilizar mejor la maquinaria, equipos, y muebles de oficina.
- Mejora la moral y brinda mayor satisfacción al empleado.
- Brindar al personal un ambiente seguro de trabajo.
- Proveer de materiales seguros para evitar accidentes de trabajo.
- Atender más rápido al cliente.
- Obtiene menor congestión al momento de realizar operaciones o actividades.

3.5 LOCALIZACIÓN**3.5.1 MACRO LOCALIZACIÓN**

La Organización, se encuentra localizada en la República del Ecuador, que es una zona ecuatorial, dividida en cuatro regiones geográficas, la Costa que comprende más de la cuarta parte del país, la Sierra, región en la que se encuentra ubicada la Organización, constituida por dos alineaciones montañosas, entre las que se alza una estrecha meseta deshabitada conocida como valle interandino, el Oriente o región Amazónica, al este de los Andes y la región Insular integrada por las islas Galápagos, que comprende varias Islas de origen volcánico; provincia de Pichincha, Distrito Metropolitano de Quito, sector Centro, parroquia San Blas.

La región Andina en la que se encuentra es de clima frío, y solo se diferencian dos estaciones en el año, verano y primavera.

Demográficamente el sector de la Organización está poblado por personas de raza mestiza, de religión católica y en general el nivel de capacitación es de segundo, con un alto índice de tercer en la zona urbana y de primer nivel en la zona rural.

GRÁFICO No.3.1 MAPA DE QUITO



Fuente: Google Earth

Elaborado por: Autoras

El sector económico hacia el cual está destinado, se ha comportado con un crecimiento del 3.4 %, porcentaje bajo, pero que implica un progreso aunque lento en el sector, con un nivel de desempleo y subempleo que se encuentra en el 9.3 % y 45.8 % respectivamente, valores que representan una necesidad enorme de generar fuentes de trabajo estables, por otro lado dentro de una economía que ha reducido su inflación progresivamente, lo que ha influido directamente en las tasas de interés, fomentando de esta manera la inversión dentro del sector productivo.

Como la Organización se encuentra ofreciendo sus servicios dentro del área de las asesorías, se debe considerar como competencia a todas las empresas y organizaciones que prestan servicios especializados de asesoría, estas empresas, organizaciones y personas naturales, se encuentran registradas en la Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador, las cuales se encuentran reguladas por la ley de Consultoría del Ecuador.

3.5.2 MICRO LOCALIZACIÓN

De acuerdo a las alternativas más favorables se detectará el lugar de planta más adecuado para el funcionamiento eficaz de la organización para lo cual se ha determinado y calificado las siguientes opciones:

**TABLA No.3.1 ALTERNATIVAS
MICROLOCALIZACIÓN**

OPCIONES	SECTOR	PARROQUIA
A	Centro	“San Blas”
B	Centro	“Tejar”

Fuente: Autoras

TABLA No. 3.2 CUADRO DE OPCIONES

DETALLE	A	B
Servicios Básicos (luz, agua, teléfono)	10	8
Seguridad	8	5
Arriendo	10	8
Ubicación privilegiada	10	6
Cercanía a Centros Bancarios	9	5
Edificación	9	8
Concurrencia de Gente	8	7
Sanidad	9	5
Tamaño de Planta (Espacio)	9	7
Ubicación del sector acceso a Internet	10	6
TOTAL	92	65

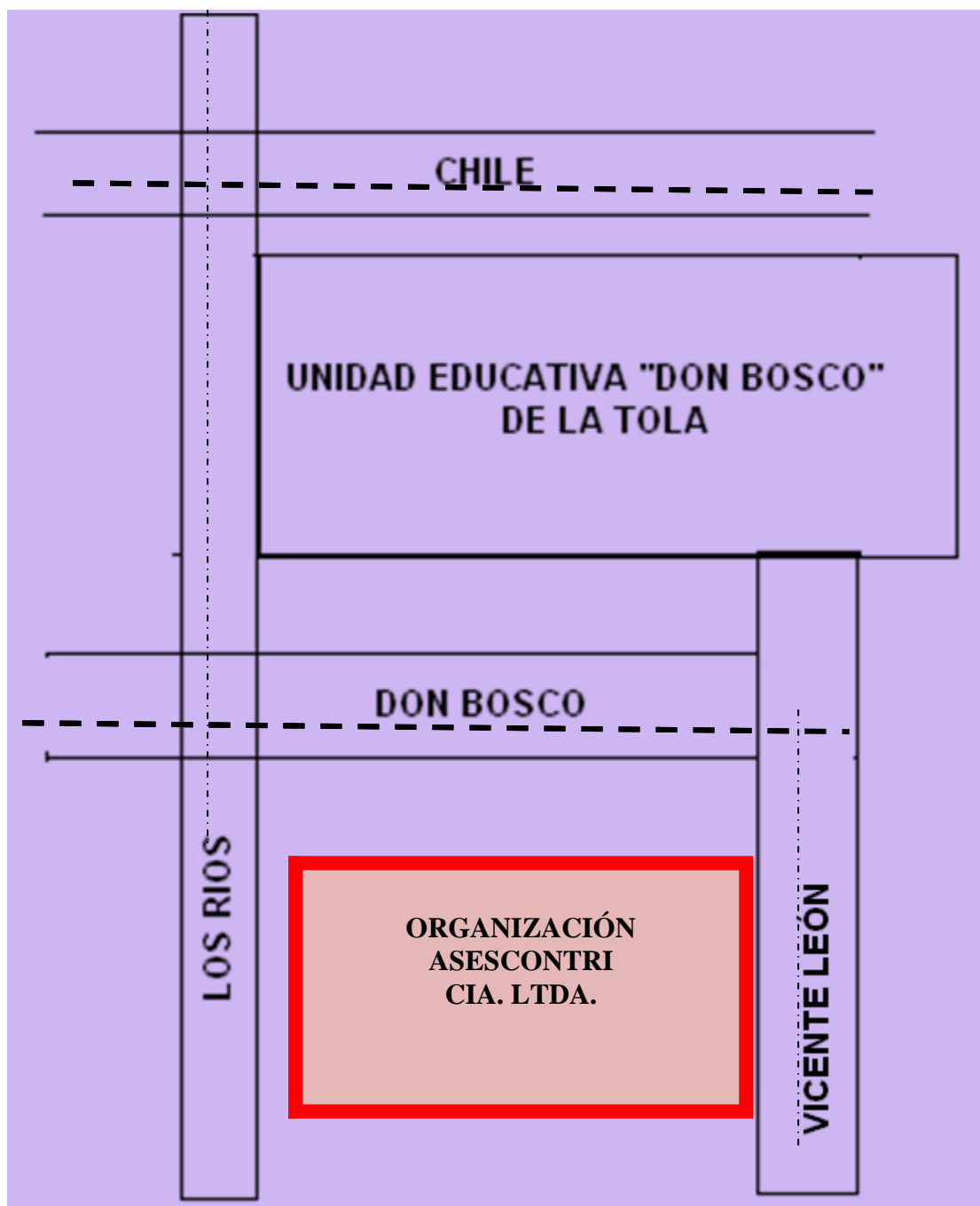
Fuente: Investigación

Elaborado por: Autoras

OBSERVACIONES:

Según lo anteriormente indicado se ha determinado que la mejor OPCIÓN es la A por lo que la empresa se encontrará ubicada entre las calles Don Bosco E4-31 y Vicente León, Frente al Colegio Don Bosco, Barrio La Tola.

**GRÁFICO Nº 3.2 CROQUIS DE LA
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**



Fuente: Google Earth

Elaborado por: Autoras

**GRÁFICO No. 3.3 IMAGEN 3D
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**



FUENTE: GOOGLE EARTH

Elaborado por: Autoras

3.6 DIAGRAMA DE FLUJO POR SERVICIO

**TABLA N°3.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ASESORIA
CONTABLE PERMANENTE**

ACTIVIDAD	SIMBOLO	TIEMPOS		COSTO	RESPONSABLE
		T	H		
Reunirse con el cliente	1	1d	1h	\$1,00	Contador
Recopilar información contable	2	1d	1h	\$1.00	Asistente Contable
Determinar Sistema Contable	3	1d	1h	\$1.00	Contador
Revisar Documentos	4	1d	1h	\$1.00	Contador
Determinar Ingresos y Gastos	5	1d	1h	\$1.00	Asistente Contable
Ingresar Datos Contables	6	2d	1h	\$1.00	Asistente Contable
Determinar Retenciones	7	2d	1h	\$1.00	Asistente Contable
Calcular Valores a Declarar	8	2d	1h	\$1.00	Asistente Contable
Realizar Declaración Tributaria	9	4d	1h	\$1.00	Contador
Presentar Informe al Cliente	10	4d	1h	\$1.00	Contador
TOTAL		10	10h	\$10.00	

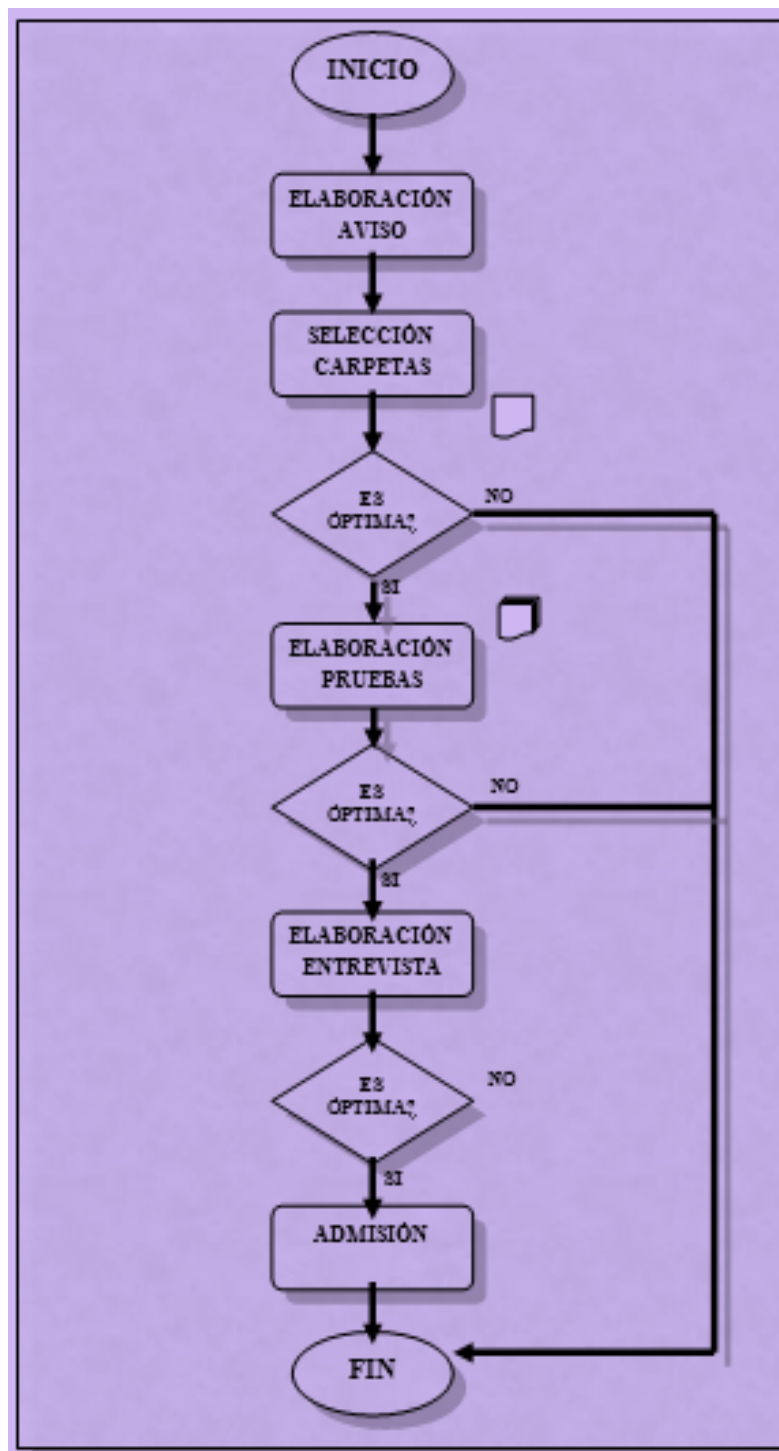
TABLA N°3.4 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL DESARROLLO DE PLANEAMIENTO DE ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS

ACTIVIDAD	SIMBOLO	TIEMPOS		COSTO	RESPONSABLE
		T	H		
Reunirse con el cliente	1	1d	1h	\$1,00	Contador
Recopilar información contable	2	1d	1h	\$1.00	Asistente Desarrollo Estratégico
Realizar Estudio Inicial	3	1d	1h	\$1.00	Contador
Determinar estrategias	4	1d	1h	\$1.00	Contador
Plantear objetivos	5	1d	1h	\$1.00	Contador
Determinar metas	6	2d	1h	\$1.00	Asistente Desarrollo Estratégico
Formular estrategias	7	2d	1h	\$2.00	Asistente Desarrollo Estratégico
Elaborar planes y programas de ejecución	8	2d	1h	\$1.00	Asistente Desarrollo Estratégico
Evaluar y Controlar	9	4d	1h	\$1.00	Asistente Desarrollo Estratégico
Elaborar informe final	10	4d	1h	\$1.00	Contador
TOTAL		10	10h	\$10.00	

**TABLA N°3.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ASESORIA
TRIBUTARIA PERMANENTE**

ACTIVIDAD	SECUENCIA	TIEMPOS		COSTO	RESPONSABLE
		T	H		
Reunirse con el cliente	1	1d	1h	\$1,00	Contador
Recopilar información contable	2	1d	1h	\$1.00	Asistente Tributario
Determinar Sistema Contable	3	1d	1h	\$1.00	Contador
Revisar Documentos	4	1d	1h	\$1.00	Contador
Determinar Ingresos y Gastos	5	1d	1h	\$1.00	Asistente Tributario
Ingresar Datos Contables	6	2d	1h	\$1.00	Asistente Tributario
Determinar Retenciones	7	2d	1h	\$1.00	Asistente Tributario
Calcular Valores a Declarar	8	2d	1h	\$1.00	Asistente Tributario
Realizar Declaración Tributaria	9	4d	1h	\$1.00	Contador
Presentar Informe al Cliente	10	4d	1h	\$1.00	Contador
TOTAL		10	10h	\$10.00	

TABLA N°3.6 Diagrama ANSI del Proceso de Selección de Personal



Elaborado por: Autoras

Fuente: www.gestiopolis.com/.../capacitacion-y-desarrollo-de-los-recursos-humanos-en-las-organizaciones.htm

3.7 RECURSOS MATERIALES

3.7.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

EQUIPO DE OFICINA

Teléfono Central	1
Teléfono PERSONAL	5
Proyector	1

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Computadora	7
Impresora (multifunción)	1
Impresora láser	1

MUEBLES DE OFICINA

Escritorios	6
ESCRITORIO	1
RECEPCION	
Silla	18
Sofá	2
Archivadores de 2	5
puertas	
Archivadores aéreos	3
Vitrina	1
MESA PARA JUNTAS	1
Pantalla de Proyección	1

LIBROS Y OBRAS

DEARTE

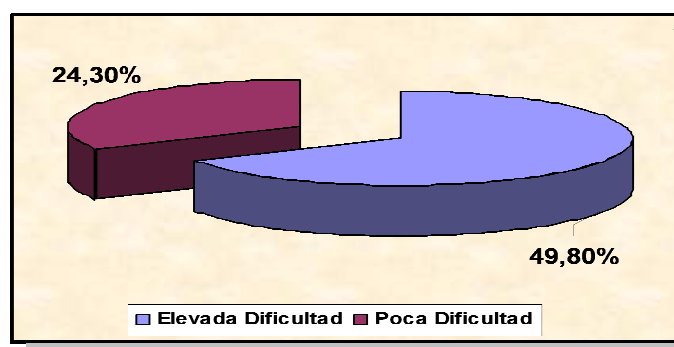
Libros	7
Colecciones	2
Pinturas	2

3.7.2 FINANCIAMIENTO

Tasas de Interés

El promedio de las tasas de interés en Ecuador disminuyó considerablemente desde la entrada en vigencia de la dolarización, antes de este suceso se registraban tasas de hasta el 40% anual, eso era un valor imposible de pagar para generar una buena inversión: después se registraron valores de un dígito que era la expectativa de los diferentes gobiernos.

GRAFICO Nº 3.4 DIFICULTAD DE ACCESO A CRÉDITO



Elaborado por: Autoras

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

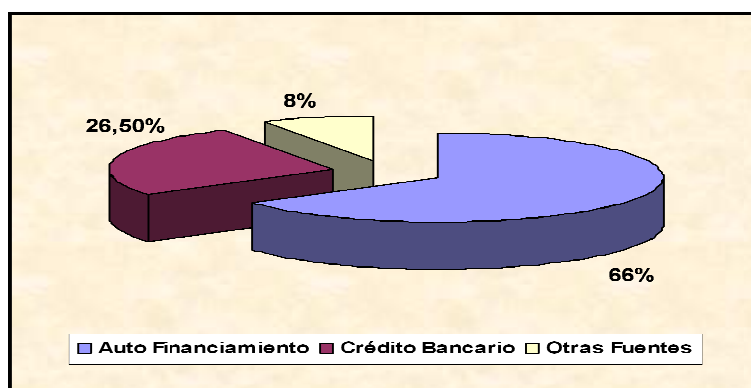
Tabla Nº 3.7 TIPO DE FINANCIAMIENTO

Auto financiamiento	Crédito bancario	Otras fuentes
66%	26,50%	8%

Elaborado por: Autoras

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

GRAFICO Nº 3.5 TIPO DE FINANCIAMIENTO



Elaborado por: Autoras

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

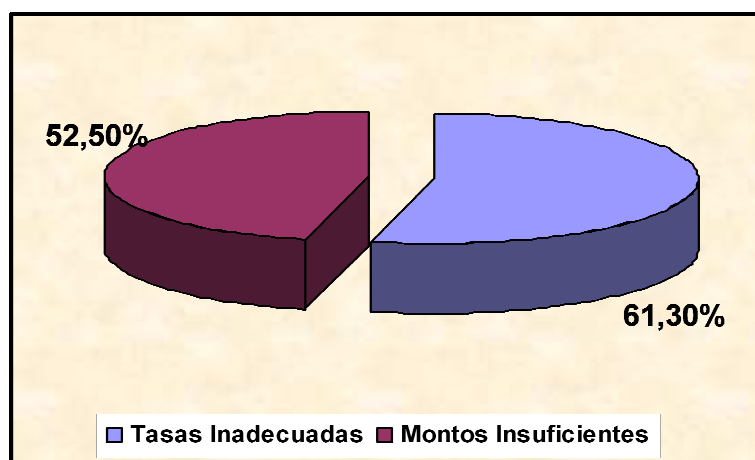
TABLA Nº 3.8 APRECIACIÓN DE LOS CRÉDITOS BANCARIOS POR PARTE DE LOS EMPRESARIOS

Tasas Inadecuadas	Montos Insuficientes
61,30%	52,50%

Elaborado por: Autoras

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

GRÁFICO Nº 3.6 APRECIACIÓN DE LOS CRÉDITOS BANCARIOS POR PARTE DE LOS EMPRESARIOS



Elaborado por: Autoras

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

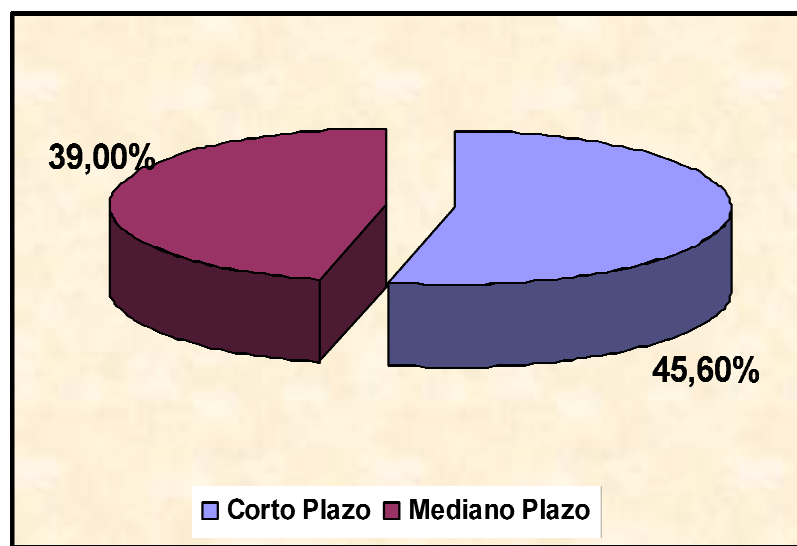
La apreciación por parte de los empresarios hace referencia al manejo de tasas que no benefician a los productores, porcentajes de pagos altos por las comisiones que manejan los bancos; además de su tasa de interés respectiva. Pero el porcentaje más alto hace referencia a los montos insuficientes para poder realizar una correcta inversión en sus empresas.

TABLA Nº 3.9 PLAZOS DE CRÉDITOS HACIA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Corto plazo	Mediano plazo
45,60%	39,00%

Elaborado por: Autoras
Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

GRÁFICO Nº 3.7 PLAZOS DE CRÉDITOS HACIA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS



Elaborado por: Autoras
Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

Los datos proporcionados por el estudio realizado por el Ministerio de Industrias y Productividad, acerca de los pequeños y medianos

negocios, demuestra que la reducción de intereses para que las mismas puedan acceder a créditos financieros, en especial a largo plazo, mismo que no se encuentra registrado en este sector, y poder asistir en su desarrollo.

3.8 Ingeniería del proyecto

3.8.1 Tecnología

3.8.1.1 Variables Tecnológicas

Históricamente la sociedad ecuatoriana ha tenido poca aceptación a nuevas tecnologías, debido a que el Ecuador ocupa el puesto 86 de 102 países, esto debido a que bajó del puesto 68 en los últimos años. Con mayor claridad al darnos cuenta que el Ecuador invierte apenas el 0.2% de su Producto Interno Bruto.

La mayoría de empresas se estancaron cuando alcanzaron un nivel aceptable de progreso; lo que significa que el campo para trabajar es amplio, las tecnologías que se van implantando en las empresas son cada vez mejores, ya sea en la técnica o en la maquinaria.

Es claro que las tecnologías de la información jugarán un papel protagónico durante el próximo siglo. Conocemos que en la base de la economía de muchas naciones desarrolladas y la única manera de competir en el mercado moderno es incorporándolas en las economías de los países en desarrollo, en especial en el sector productivo, logrando crear empresas sostenibles a largo plazo y competitivas a nivel internacional.

El sistema contable recomendado es **BONES**, es un sistema que por su facilidad de manejo, ayudará a nuestros asistentes contables en cada empresa a ingresar la información en manera más fácil, sin necesidad que estos sean contadores.

Sin embargo, cada empresa podrá trabajar con el sistema contable que desee, siendo como valor agregado de nuestra parte, el capacitar a nuestro equipo en forma rápida para el manejo de los mismos.

Además para tributación se tiene el software facilitado por el Servicio de Rentas Internas.

GRÁFICO No. 3.10 SOFTWARE FACILITADO POR EL SRI

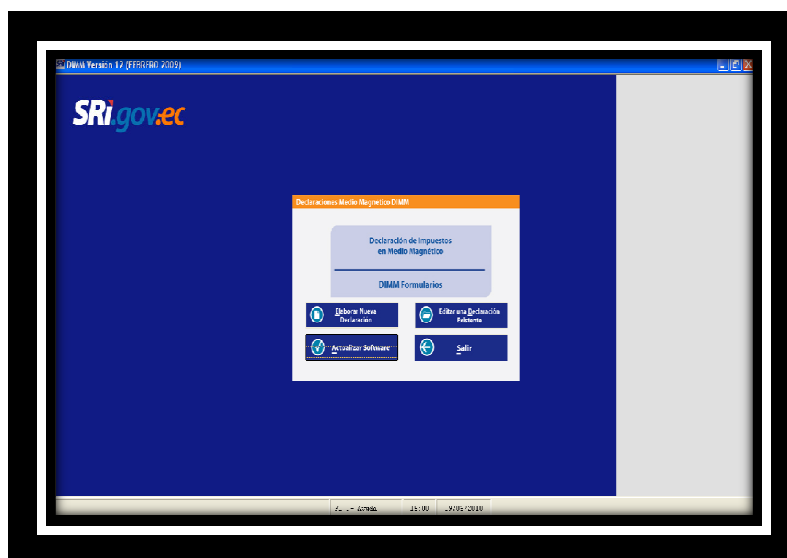
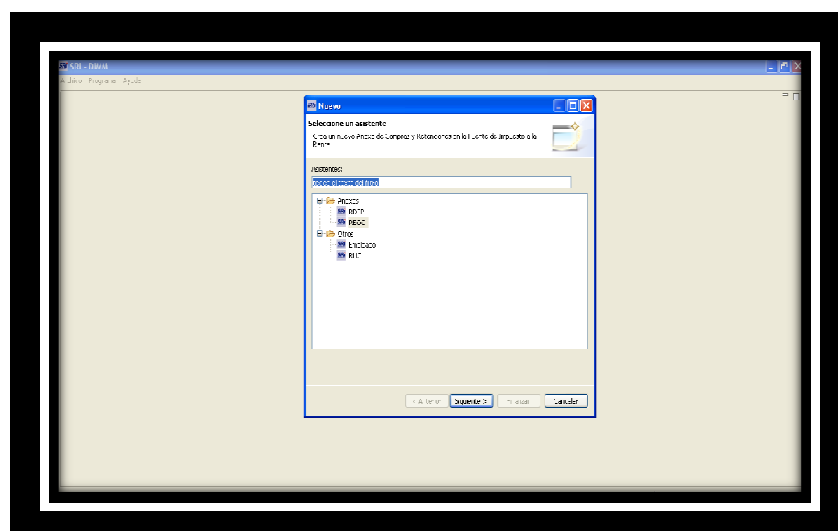


GRÁFICO No. 3.11 DIM FORMULARIOS



En Ecuador existe la AESOFT (Asociación Ecuatoriana de Empresas de Software), la misma que oferta para las empresas nacionales e internacionales diferentes tipos de software elaborados por sus socios, entre los cuales se encontró entre las más representativas para el Proyecto: Programas para el área Industrial, Administrativo y de control de calidad. Se han tomado los de mayor demanda para los pequeños y medianos negocios.

Tipo de Software: Contable

Aplicación: Manufactura

TABLA Nº 3.10 EMPRESAS DE SOFTWARE (1)

PRODUCTO	EMPRESA	LOGOTIPO
BMC	Grupo CONTEXT	
ERP HIPER K	Kruger Corporation	
HIPER BALANCED SCORE CARD/HIPER ISO	Kruger Corporation	
KRUGER SOLUTION FRAMEWORK	Kruger Corporation	
MICROSOFT GREAT PLAINS	Grupo Mas	
SKELTA	GENNASSIS Cía. Ltda.	

Elaborado por: Autoras

Fuente: Asociación Ecuatoriana de Empresas de Software

Tipo de Software: Administrativo

Aplicación: Contabilidad

TABLA Nº 3.11 EMPRESAS DE SOFTWARE ADMINISTRATIVO(2)

PRODUCTO	EMPRESA	LOGOTIPO
<u>BAYTEQ – SISTEMA DE VENTAS MÓVIL</u>	Bayteq	
<u>BMC</u>	Grupo CONTEXT	
<u>FINANWARE</u>	Grupo CONTEXT	
<u>HIPER RRHH</u>	Kruger Corporation	
<u>KRUGER SOLUTION FRAMEWORK</u>	Kruger Corporation	
<u>MICROSOFT GREAT PLAINS</u>	Grupo Mas	

Elaborado por: Autoras

Fuente: Asociación Ecuatoriana de Empresas de Software

Además para tributación se tiene el software facilitado por el Servicio de Rentas Internas.

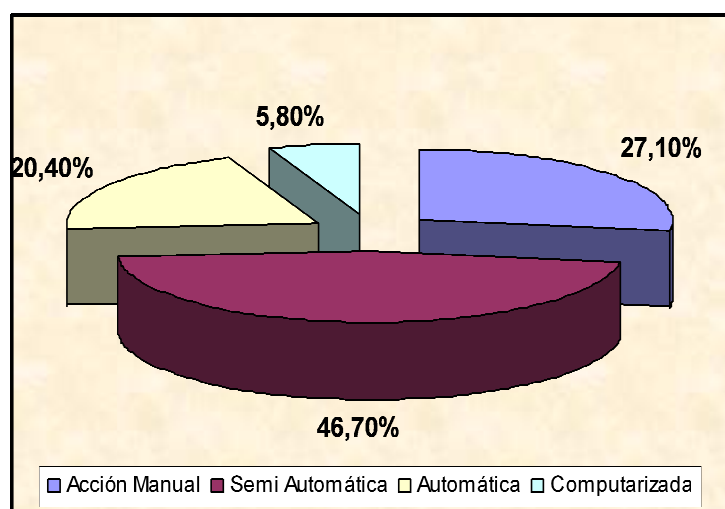
Siguiendo con el factor tecnológico, en relación con los pequeños y medianos negocios del sector comercial se tiene que de conformidad con la evaluación realizada por los propios empresarios, el 27% del equipamiento sería de accionamiento manual; el 46,7%, semiautomático; el 20,4%, automático y el 5,8% computarizado (Fuente: Ministerio de Industria y Productividad).

Tabla Nº 3.12 GRADO DE AUTOMATIZACIÓN

Acción manual	Semi Automática	Automática	Computarizada
27,10%	46,70%	20,40%	5,80%

Elaborado por: Autoras

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad

Gráfico Nº 3.12 GRADO DE AUTOMATIZACIÓN

Elaborado por: Autoras

**Fuente: Instituto de Investigaciones
Socio-Económicas y Tecnológicas – MICIP**

3.8.2 EDIFICIO E INFRAESTRUCTURA

Crear una asesoría contable y tributaria, en el cual el lugar en el que se ubique la Organización, deberá ser cómoda y eficiente, mediante la implementación de los principios de planta, optimizando de esta manera tiempos y costos.

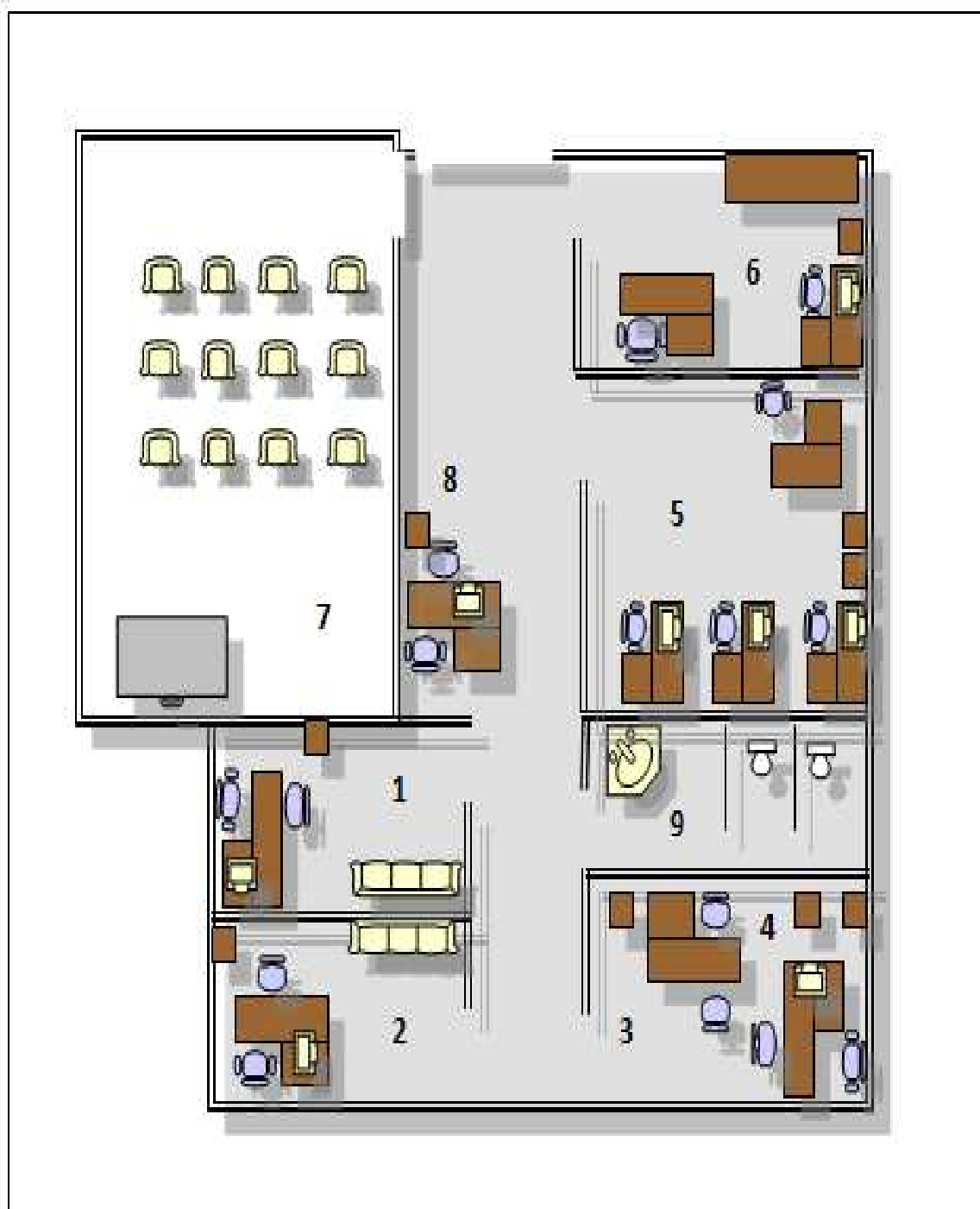
TABLA No. 3.13 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA (ESPACIO)

ESPACIO	LUGAR
País	Republica del Ecuador
Ciudad	Distrito Metropolitano de Quito
Dirección	Don Bosco E4-31 y Vicente León
Superficie	Espacio de 200 m2

Elaborado por: Autoras

Fuente: Investigación

GRÁFICO No. 3.13 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



Elaborado por: Autoras

La distribución de planta comprende:

Gerencia

- 1 Gerente
- 1 Secretaria - Recepcionista

Administrativo - Financiero

- 1. Contador

Servicios

- 1. Asistente de Desarrollo Estratégico
- 1. Asistente Área Contable
- 1. Asistente Área Tributaria
- 2. Ejecutivos de Ventas

3.8.3 Justificación de la distribución en planta

La distribución en planta se la realizó mediante el método que corresponde al sistema SLP (Systematic Layout Planning)¹⁷ de puntos y redes para determinar las variables críticas de influencia que tendrá como referencia la Organización.

Para ello se tiene que:

TABLA No. 3.14 VALORES DE REPRESENTACIÓN Y SU RAZÓN

Nº	RAZÓN
1	Por control
2	Por sanidad e higiene
3	Por procesos
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Elaborado por: Autoras
Fuente: Investigación

¹⁷ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Capítulo III, Estudio Técnico

Y su representación:

TABLA N° 3.15 REPRESENTACIÓN DE VALORES

LÍNEA	REPRESENTACION	SIGNIFICADO
	A	Alta necesidad
	B	Especialmente necesaria
	C	Importante
	D	Ordinaria normal
	E	Sin importancia
	F	Indispensable
	G	Muy indispensable

Elaborado por: Autoras

Fuente: Hodson, Williams K., 1996 Maynard, *Manual del Ingeniero Industrial*. Editorial Mc Graw Hill, México D. F., 1588 pp. Maynard,

En base a las tablas anteriores se ha podido desarrollar la distribución más óptima para la organización, como se presenta a continuación:

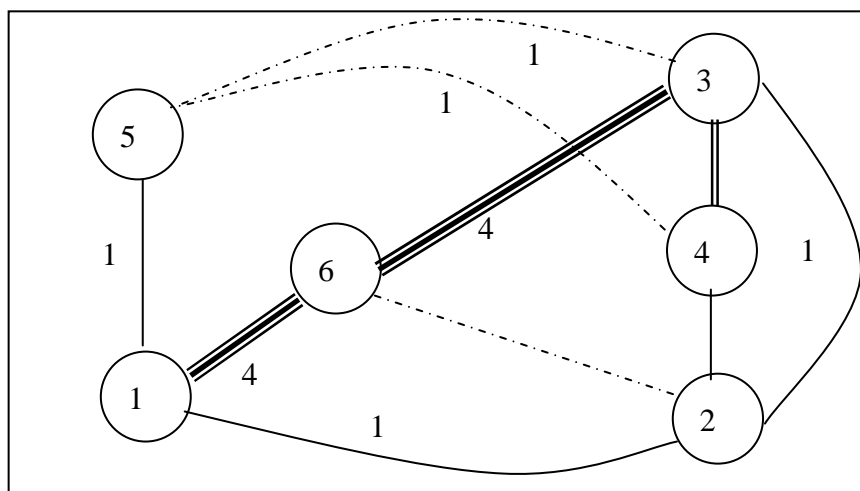
TABLA No. 3.16 DISTRIBUCIÓN DE PUNTOS Y REDES

Nº	ÁREAS	MTS	
1	DIRECCIÓN	40	C/1
2	ÁREA DE ADMIN / FINAN.	20	C/3 I/3
3	ÁREA DE MARKETING Y VENTAS	20	B/3 I/3 I/1 I/1 I/5
4	ÁREA DE SERVICIOS	40	C/1 I/3 D/3 D/1
5	ÁREA DE CAPACITACIÓN	65	E/2 I/3
6	RECEPCIÓN	15	
	TOTAL	200	

Elaborado por: Autoras

Fuente: Hodson, Williams K., 1996 Maynard, *Manual del Ingeniero Industrial*. Editorial Mc Graw Hill, México D. F., 1588 pp. Maynard,

TABLA Nº 3.17 RUTAS CRÍTICAS



Elaborado por: Autoras

Fuente: Hodson, Williams K., 1996 Maynard, *Manual del Ingeniero Industrial*. Editorial Mc Graw Hill, México D. F., 1588 pp. Maynard,

Mediante el gráfico anterior se puede determinar la importancia en el desarrollo de las actividades para poder optimizar los recursos, es así que relación entre la Dirección y el Departamento de Ventas es muy importante como lo es la relación de este con el departamento de servicios.

3.8.5 COSTO DE OPERACIONES

TABLA No. 3.18 COSTO DE OPERACIONES

GASTOS
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO
SERVICIO BÁSICO
AGUA POTABLE
ENERGÍA ELÉCTRICA
TELECOMUNICACIONES
SERVICIOS GENERALES

PUBLICIDAD
IMPRESIÓN, REPROD.Y PUBLICACIÓN
SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA
TRASLADOS Y VIÁTICOS
PASAJES
INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN
INSTALACIÓN MOBILIARIO
INST, MANTENIMIENTO DE EQUIPOS
ARRENDAMIENTO DE BIENES
ARRIENDO DE LOCAL
ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN
CAPACITACIÓN
GASTOS DE INFORMÁTICA
REPUESTOS DE EQUIPO INFORMÁTICO
BIENES DE USO Y CONSUMO
MATERIALES DE OFICINA
MATERIAL DE ASEO Y LIMPIEZA

3.9 MANO DE OBRA

3.9.1 Estructura Administrativa

La estructura administrativa dará a conocer las características particulares a la Organización, es decir, es toda información específica e interna necesaria para poder funcionar eficientemente, con un claro enfoque de lo que se realiza.

3.9.2 Índice Ocupacional

La Organización para el ejercicio de sus actividades organizacionales, mantiene el siguiente esquema de áreas funcionales y clases de cargos:

Gerencia

- 1 Gerente
- 1 Secretaria – Recepcionista

Administrativo - Financiero

- 1. Contador

Servicios

- 1. Asistente de Desarrollo Estratégico
- 1. Asistente Área Contable
- 1. Asistente Área Tributaria
- 2. Ejecutivos de Ventas

3.9.3 Descripción de los Puestos

La estructura de los perfiles ocupacionales está integrada por cuatro partes:

- 1. Título del cargo
- 2. Funciones básicas
- 3. Requisitos de formación y experiencia
- 4. Competencias mínimas.

3.9.3.1 Título del cargo

Comprende la especificación del título del cargo, cuyo nombre representa una visión genérica de la naturaleza del trabajo que se realiza en dicha posición.

3.9.3.2 Funciones Básicas

Es el detalle descriptivo de las actividades básicas que se realizan en la función, la misma y representa un número mínimo de acciones que se desarrollan en el cargo pero que inducen a la consecución de la mayor parte de los resultados de dicha posición.

3.9.3.3 Requisitos de formación y experiencia

Es el detalle de las exigencias mínimas del cargo en los aspectos de formación regular y el nivel mínimo exigido de experiencia profesional, que le permiten el adecuado desempeño de las funciones del cargo.

3.9.3.4 Competencias mínimas

Es el detalle de las principales competencias exigidas para quien vaya a desempeñar tal función, competencias relacionadas con el nivel de conocimientos, el conjunto de habilidades o destrezas ocupacionales exigibles al cargo y las aptitudes recomendables para el mejor desempeño de la función.¹⁸

¹⁸ <http://www.elblogderrhh.com/2009/03/descripcion-de-puestos-de-trabajo.html>

TABLA No. 3.19 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

AREA FUNCIONAL	TÍTULO EL CARGO	OBJETIVO	FUNCIONES BÁSICAS	FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	COMPETENCIAS MÍNIMAS
Gerencia	Gerente	Planificar, organizar, dirigir y liderar las actividades técnicas, administrativas y financieras, definiendo las políticas, objetivos y fijando metas de las diferentes unidades organizacionales de la misma, con el fin de optimizar los resultados operacionales y maximizar las oportunidades de desarrollo y expansión de la Organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar y dirigir las actividades de la Organización en lo concerniente a la administración, finanzas, desarrollo comercial de los servicios; con el fin de obtener mayores ingresos, elevar la competitividad y la reducción de los costos. • Asegurar el cumplimiento de los planes y programas de la Organización, desarrollo de recursos, gastos e inversiones, con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos establecidos por la Asamblea de la Organización. • Dirigir y liderar la elaboración de los presupuestos de servicios, gastos e inversiones; autorizar y aprobar compras y pagos efectuados; realizar el seguimiento y control de la ejecución presupuestaria, con el fin de alcanzar las metas fijadas en el plan estratégico de la Organización. • Impulsar los programas de desarrollo del recurso humano de la Organización, con el fin de elevar la motivación y productividad del personal directivo y de los empleados en 	<ul style="list-style-type: none"> • Título terminal universitario en Administración de Empresas, Pública, Organizaciones no Gubernamentales, Gerencia o afines. • Experiencia en campos específicos de Servicios Consultivos. • Experiencia mayor de cinco años en actividades directamente relacionadas con la dirección y servicios a Empresas. • Sólidos conocimientos en actividades de asesoría y consultoría a empresas. • Conocimientos generales sobre dirección de personal y administración de procesos financieros de Organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de ideas • Pensamiento analítico • Negociación • Expresión oral • Adaptación al cambio • Autocontrol • Trabajo en equipo:

			<p>general.¹⁹</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer y aprobar informes diarios o periódicos presentadas por las diferentes Gerencias de Áreas y demás unidades directivas de la Organización. Brindar el apoyo y contribución a la integración de las diferentes unidades que conforman la Organización, con el fin de alcanzar una mejor comunicación e integración funcional hacia los resultados de la Organización. • Informar a la Asamblea, sobre el funcionamiento y los logros de las respectivas Gerencias, mediante informes periódicos establecidos y en caso de ser necesario, mediante informes especiales o extraordinarios. • Representar oficial y extraoficialmente a la Organización ante organismos públicos y privados vinculados con la Asesoría y Consultoría y las actividades propias del negocio, con el fin de coordinar acciones, informar resultados y mantener la imagen de la Organización en el mercado. • Colaborar en la evaluación y control de los servicios prestados por otras 		
--	--	--	---	--	--

¹⁹ www.gestiopolis.com/.../diseno-de-cargo-del-gerente-general.htm -

			<p>Organizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las demás constantes en el contrato de trabajo, así como aquellas asignadas para el cumplimiento de las funciones de su cargo y la Unidad de la cual forma parte. 		
Gerencia	Secretaria Recepcionista	Secretaria con experiencia en las labores de recepción, archivo, agenda de citas habilidad en sistemas, Word Excel, Power Point, e Internet, redacción, Manejo de correspondencia	<ul style="list-style-type: none"> Archivar información, realización de cartas, manejo de correspondencia, realización de facturación, recepción de llamadas, envío de fax, etc., con manejo de programas como Word , Excel , power point e Internet. Excelentes relaciones interpersonales, capacidad de liderazgo y trabajo en equipo, actitud abierta, dinámica y agilidad en las diferentes actividades que se me impongan.²⁰ 	<ul style="list-style-type: none"> Título universitario en Administración. Secretaria recepcionista con título técnico idealmente con al menos dos años de experiencia, con habilidades para atención de público. Curso de Excel Word e Internet. Curso de Contabilidad y Finanzas (actual) Curso Contable. 	<ul style="list-style-type: none"> Generación de ideas Pensamiento analítico Negociación Expresión Oral Adaptación al cambio Autocontrol Trabajo en equipo:
Administrativo Financiera	Contador General	Asegurar la correcta utilización de los recursos financieros con los que cuenta la Organización, al igual que establece relaciones económicas con entidades financieras.	<ul style="list-style-type: none"> Formular, ejecutar y controlar el plan estratégico contable y tributario para el año correspondiente. Manejar todas cuentas, transacciones y demás actividades económicas de la Organización. Presentar aportaciones de los miembros, pago de facturas, 	<ul style="list-style-type: none"> Título profesional de Contador. Experiencia mayor de 3 años en el manejo de la contabilidad de una empresa u organización. Sólidos conocimientos contables. Conocimientos generales sobre administración y 	<ul style="list-style-type: none"> Pensamiento analítico Adaptación al cambio Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Gestión Financiera –

²⁰ www.gestiopolis.com/recursos/.../18hossanbor.htm

			<p>cuentas por cobrar y demás dineros que deba ingresar a la contabilidad de la Organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las transacciones comerciales tienen respaldo por los documentos pertinentes, sean éstos: facturas, liquidaciones de compras o servicios, notas de venta, de revisión, tickets, etc. • Hacer balances mensuales detallando la situación económica a la fecha de la organización. • Emitir cheques para pagos a proveedores, los viernes de cada semana de 14 horas hasta 18 horas, al igual que la emisión de sueldos hasta el día 28 de cada mes. Todo cheque de proveedor deberá ser cruzado y los cheques para el personal deberán ser retirados mediante la presentación de la cédula y emitidos mediante rol el que deberá ser firmado. • El sistema contable deberá estar actualizado diariamente para cualquier información necesaria o urgente • Presentará los correspondientes balances a la Asamblea General cuando ésta le solicitara 	<p>servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre Tributación 	<p>contable</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de datos • Recolección de información • Destreza matemática
Asistencia Áreas Operativas	Asistente Contable	<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar asientos de las diferentes cuentas, 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos. • Revisa y compara lista de 	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller Mercantil, más curso de contabilidad de por lo menos dos (2) años de duración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento analítico • Expresión Oral • Adaptación al

		<p>revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la Institución.</p>	<p>pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Archiva documentos contables para uso y control interno. • Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos. • Transcribe información contable en un microcomputador. • Revisa y verifica planillas de retención de impuestos. • Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias. • Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante. • Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados. • Participa en la elaboración de inventarios. • Transcribe y accesa información operando un microcomputador. • Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización. • Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) año de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de registro de asientos contables. • Cinco (5) años de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de registro de asientos contables. <p>Conocimientos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aritmética simple. • Principios de contabilidad. • Procedimientos de oficina. • Procesamiento electrónico de datos. • Teneduría de libros. • Sistemas operativos, hojas de cálculo. • Transcripción de datos. <p>DESTREZA EN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En el manejo de microcomputador. • Contabilidad general computarizada. • Técnicas modernas de oficina. • Entrenamiento en el 	<p>cambio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Trabajo bajo presión • Integridad • Orientación al Cliente • Recolección de información
--	--	--	--	---	---

			<ul style="list-style-type: none"> • Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. • Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada. 	sistema de su unidad.	
Asistencia Áreas Operativas	Asistente de Desarrollo estratégico	Asegurar la correcta realización de los servicios de asesoría de desarrollo estratégico a los clientes mediante el correcto desarrollo de los procesos.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los procesos de asesoría y consultorías de acuerdo a las necesidades de los clientes. • Realizar las actividades delegadas por el jefe de asesoría superior. • Solicitar los recursos necesarios al jefe superior para que éstos puedan ser emitidos en su tiempo correcto. • Realizar los trámites necesarios para la consecución de un servicio de calidad. • Entregar informes mensuales del progreso de las actividades en cada uno de los programas o áreas que se estén disputando, con sus responsables y los posibles problemas que se puedan suscitar a futuro. • Asistir a la empresa cliente para la realización de los correspondientes levantamientos de información • Asistir a las diferentes dependencias públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo tercer quinto nivel de universidad en el área a cargo. • Experiencia mayor de 2 años en actividades directamente relacionadas con la el desarrollo de estrategias tributarias y contables • Sólidos conocimientos en el desarrollo de estrategias a empresas • Conocimientos generales sobre informática. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento analítico • Trabajo en equipo • Trabajo bajo presión • Recolección de información

			para la realización de los correspondientes trámites		
Asistencia Áreas Operativas	Asistente Tributario	Asegurar la correcta prestación de los servicios, garantizando la calidad de los mismos Realizar un servicio eficiente y en el tiempo correcto.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un cronograma de actividades para cada una de las asesorías su consultorías, incluyendo los responsables, tiempos, actividades y prioridades. • Coordinar todas las actividades necesarias para todo correcto desarrollo de planes y proyectos de asesoría y consultorías. • Solicitar los recursos necesarios a la Dirección Administrativa para que éstos puedan ser emitidos en su tiempo correcto. • Elaborar planes de contingencia cada uno de los servicios de asesoría o consultoría, garantizando de esta manera la calidad del servicio. • Direccionar al personal adecuado sea para trabajos de oficina o trabajos en la empresa contratista. • Entregar informes mensuales del progreso de las actividades en cada uno de los programas o áreas que se estén disputando, con sus responsables y los posibles problemas que se puedan suscitar a futuro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Gerencia de Servicios, Administración de Empresas o afines. • Experiencia mayor de 3 años en actividades directamente relacionadas con la prestación de servicios a empresas. • Sólidos conocimientos en el desarrollo de proyectos y trámites legales. • Conocimientos generales sobre Administración, Informática, Leyes y Tributación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento analítico • Expresión Oral • Trabajo en equipo • Trabajo bajo presión • Seguridad personal • Creatividad e innovación • Adaptación al cambio • Orientación al cliente • Recolección de información

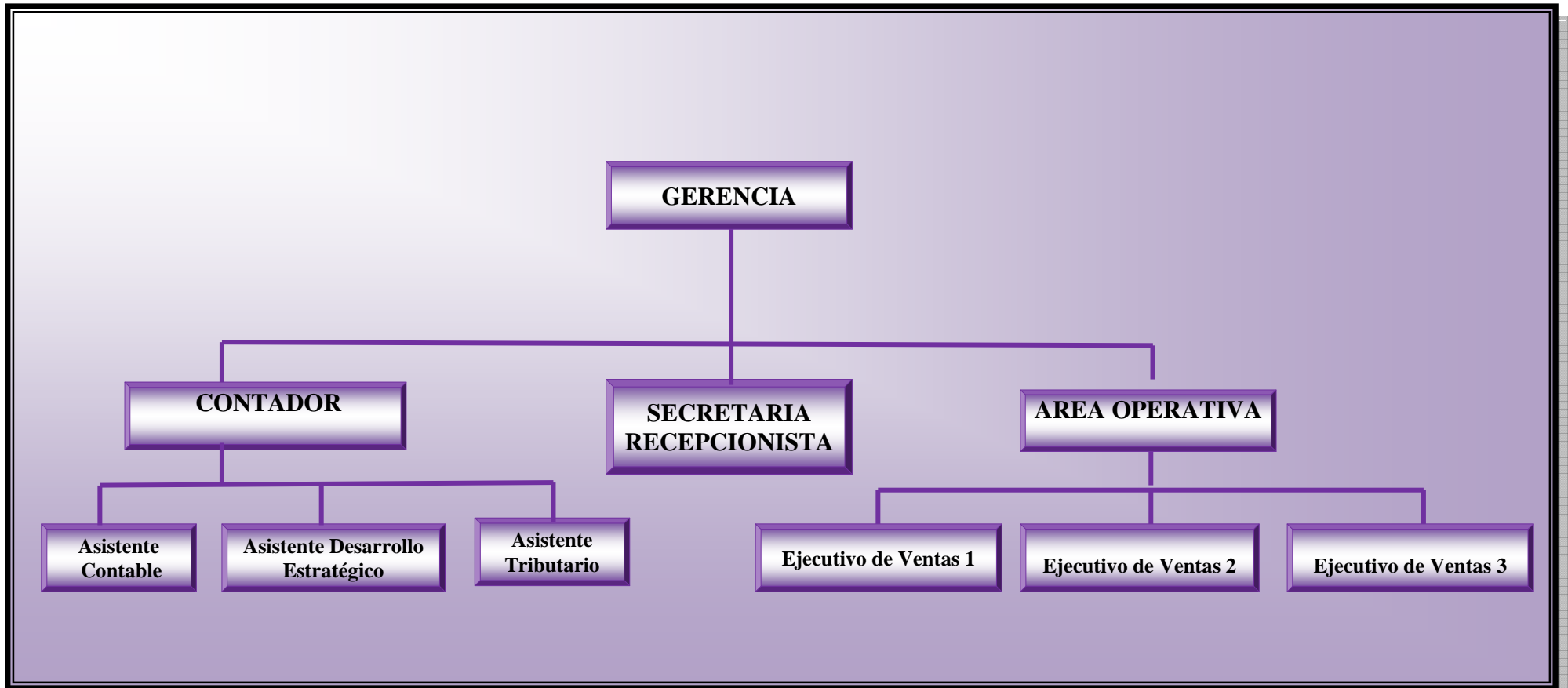
<p>Asistencia Áreas Operativas</p>	<p>Ejecutivos de Ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para encontrar clientes • Habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes • Habilidad para determinar las necesidades y deseos de los clientes • Habilidad para hacer presentaciones de venta eficaces • Habilidad para cerrar la venta • Habilidad para brindar servicios posventa • Habilidad para retroalimentar a la empresa de lo que sucede en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Saber Escuchar: O capacidad de atender a lo que dicen los clientes además de comprender lo que en realidad quieren expresar o manifestar. • Tener Buena Memoria: Es decir, tener la facultad de recordar, por ejemplo, las características, ventajas y beneficios de los productos que se representan, los nombres de los clientes, las instrucciones de los superiores, las políticas de venta de la empresa, etc. • Ser Creativo: Implica tener la capacidad de brindar buenas ideas en los momentos en que se las necesita, por ejemplo, para abordar a un cliente potencial, cerrar una venta con un cliente difícil, etc. • Tener Espíritu de Equipo: Es decir, ser accesible y estar siempre dispuesto a colaborar con los demás. • Ser Autodisciplinado: O tener la capacidad de realizar algo sin necesidad de ser controlado o supervisado por otras personas. • Tener Tacto: Es decir, 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima: Al menos 2 año como vendedor • Amplios conocimientos de la distribución del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.- Esto significa que el <i>vendedor</i> debe constituirse en el «eslabón» que une al cliente con la empresa que representa y viceversa. Para ello, debe realizar algunas actividades que son muy importantes, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> • Contribuir activamente en la búsqueda de soluciones que resuelvan los problemas de ambos (de los clientes y de la empresa que representa. • sumir la administración de ese territorio o grupo de clientes que le ha sido asignado. Para ello, debe: 1) planificar, es decir, fijar objetivos, diseñar estrategias y decidir
---	------------------------------------	---	---	--	---

			<p>tener la destreza para decir o hacer algo que es necesario sin ofender a la otra parte (por ejemplo, a los clientes), pero al mismo tiempo, sin dejar que ellos saquen ventaja de la situación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener Facilidad de Palabra: Consiste en saber cómo decir las cosas de forma apropiada y coherente. • Poseer empatía: Implica tener la facilidad de sentir una situación o sentimiento de la otra parte (por ejemplo, de los clientes) como si fuera propia. Dicho en otras palabras, consiste en ponerse en el lugar de otros.²¹ 		<p>con anticipación las actividades que realizará y los recursos que utilizará, 2) implementar su plan y 3) controlar los resultados que vaya obteniendo en función de las actividades que va implementando.</p>
--	--	--	---	--	--

²¹ www.gestiopolis.com/.../diseno-de-cargo-del-contador.htm

3.10 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO No. 3.14 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

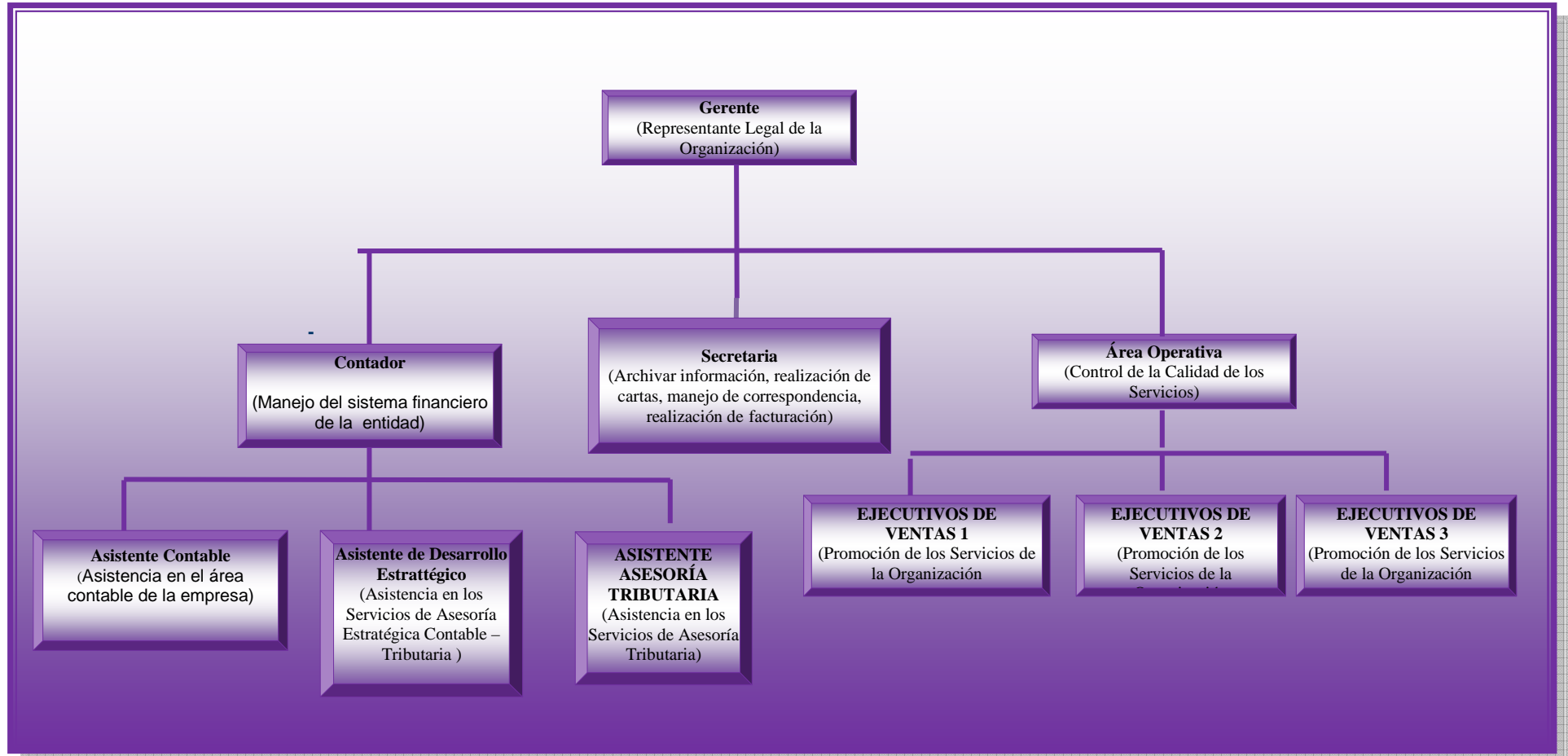


Elaborado por: Autoras

Fuente: Investigación

3.10.1 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRÁFICO No. 3.15 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado por: Autoras

Fuente: Investigación

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 ¿Que es estudio financiero?

El estudio financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos.

4.1.1 ¿Que se hace?

Por lo tanto, el primer paso en un proceso de esta naturaleza es definir los objetivos para poder formular, los interrogantes y criterios que van a ser satisfechos con los resultados del análisis tercer paso a través de diversas técnicas.

4.1.2 ¿Como se evalúa?

La valoración de la empresa desde el punto de vista financiero, constituye un análisis detallado de los ingresos y gastos, el cual requiere de ciertas técnicas como son la determinación de presupuesto de inversiones, determinación del presupuesto en estados financieros, proyección de estados financieros, flujo de caja, Van y Tir.

4.2. Inversion Inicial

La inversión inicial son los recursos (sean éstos materiales o financieros) necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto, cuando hablamos de la inversión inicial en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

Cuando se va a determinar el monto de la inversión inicial, es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar, establecen en función de dicha información para realizar la cuantificación monetaria.²²

²² <http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm>

4.2.1 Partes de la inversion inicial.

(+) INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Son aquellos recursos tangibles (muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.), necesarios para la realización del proyecto.

(+) INVERSIÓN EN INTANGIBLES

Son aquellos gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc., necesarios para la realización del proyecto.

(+) INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Son aquellos recursos que permiten a la empresa iniciar sus actividades, entre lo que tenemos todos los gastos efectuados para su inversión inicial.

(-) FINANCIAMIENTO

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros, que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico.

4.2.2 Inversion en activos

Se ha determinado los activos fijos de la empresa mediante la infraestructura y las necesidades de los clientes como son equipos de oficina, equipos de computación, muebles de oficina y otros activos como gastos de constitución; también se determinaron las depreciaciones y amortizaciones proyectadas a cinco años y su valor de rescate será tomado del valor en libros al final del año 5.²³

²³ www.gestiopolis.com/recursos4/docs/.../genere.htm -

TABLA No. 4.1_INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

GRUPO	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS EXPRESADOS EN DOLARES					DEPRECIACION POR AÑOS					Total Depreciación Acumulada	Valor Residual	
	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA	DEPRECIACIÓN	1	2	3	4			5
ACTIVOS FIJOS													
EQUIPO DE OFICINA													
	Teléfono Central	1	70,00	70,00	10	10,00%	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	35,00	35,00
	Teléfono Personal	5	20,00	100,00	10	10,00%	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	50,00	50,00
	Proyector	1	850,00	850,00	10	10,00%	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	425,00	425,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				1.020,00									
	Computadora	7	450,00	3.150,00	3	33,33%	1.050,00	1.050,00	1.050,00	0,00	0,00	3.150,00	0,00
	Impresora (multif.)	1	350,00	350,00	3	33,33%	116,67	116,67	116,67	0,00	0,00	350,00	0,00
	Impresora láser	1	100,00	100,00	3	33,33%	33,33	33,33	33,33	0,00	0,00	100,00	0,00
MUEBLES DE OFICINA				3.600,00									
	Escritorios	6	150,00	900,00	10	10,00%	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	450,00	450,00
	Escritorio Recepcion	1	190,00	190,00	10	10,00%	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	95,00	95,00
	Silla	18	20,00	360,00	10	10,00%	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	180,00	180,00
	Sofá	2	150,00	300,00	10	10,00%	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00	150,00
	Archivad. 2 puertas	5	70,00	350,00	10	10,00%	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	175,00	175,00
	Archivad. aéreos	3	60,00	180,00	10	10,00%	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	90,00	90,00
	Vitrina	1	100,00	100,00	10	10,00%	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	50,00	50,00
	Mesa para Juntas	1	50,00	50,00	10	10,00%	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00	25,00
	Pantalla de Proyección	1	70,00	70,00	10	10,00%	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	35,00	35,00
LIBROS Y OBRAS DE ARTE				2.500,00									
	Libros	7	30,00	210,00	10	10,00%	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	105,00	105,00
	Colecciones	2	90,00	180,00	10	10,00%	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	90,00	90,00
	Pinturas	2	20,00	40,00	10	10,00%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00	20,00
TOTAL DEP.POR AÑO				430,00			2009	2010	2011	2012	2013		
EQUIPO DE OFICINA				7550,00			102,00	102,00	102,00	102,00	102,00	460,00	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN							1.200,00	1.200,00	1.200,00	0,00	0,00	3.600,00	
MUEBLES DE OFICINA							250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00	
LIBROS Y OBRAS DE ARTE							43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	215,00	
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS							1.595,00	1.595,00	1.595,00	395,00	395,00	5.525,00	

**TABLA No. 4.2 DETALLE DE
VALOR DE GASTOS DE
CONSTITUCIÓN EN ACTIVOS**

CONSTITUCIÓN	
Detalle	valor
Patente municipal	1140
Impuestos	
Pagos trámites Legales	
Permisos	
	1.140,00

Fuente: Autoras

TABLA No. 4.3 DETALLE DE VALOR DE SOFTWARE CONTABLE EN ACTIVOS

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL ACTIVO	PORCENTAJE DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL			CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL ACTIVO
					1	2				
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	1.140,00	1.140,00	20%	228,00	228,00	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	1.140,00	1.140,00
SOFTWARE CONTABLE	1	1.512,00	1.512,00	20%	302,40	302,40	SOFTWARE CONTABLE	1	1.512,00	1.512,00
		2.652,00	2.652,00		530,40	530,40			2.652,00	2.652,00

Fuente: Autoras

4.2.3 Inversión de Preoperativos

Los **activos intangibles**, como las patentes, marcas, concesiones de uso y explotación de derechos, la cartera de clientes, el conocimiento del personal, son los activos que complementan a los tangibles para lograr una medición más correcta del valor total de una organización.



ASESCONTRI CIA LTDA.

TABLA No. 4.4

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL ACTIVO	PORCENTAJE DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL					Amortización Acumulada
					1	2	3	4	5	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	1.140,00	1.140,00	20%	228,00	228,00	228,00	228,00	228,00	1.140,00
SOFTWARE CONTABLE	1	1.512,00	1.512,00	20%	302,40	302,40	302,40	302,40	302,40	1.512,00
		2.652,00	2.652,00		530,40	530,40	530,40	530,40	530,40	2.652,00

Fuente: Autoras



TABLA No. 4.5

TABLA No.4.4 INVERSION TOTAL

DEL POYECTO

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	
INVERSIÓN	MONTO
Inversión Tangible	5.525,00
Inversión Intangible	2.652,00
TOTAL INVERSIÓN	8.177,00

Fuente: Autoras

4.2.4 Capital De Trabajo

Representa la diferencia entre lo que se tiene disponible para pagar las deudas y las deudas mismas. Se expresa por la relación:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Permite determinar el valor requerido para el funcionamiento y operación inicial de la organización mediante el análisis de los activos y pasivos necesarios, así se protegerá a la Organización de cualquier baja que podría producirse por falta de liquidez; constituye la cantidad de fondos disponibles con los que se cuenta para poder realizar las operaciones.

ASESCONTRI CIA. LTDA.



**CAPITAL DE TRABAJO
TABLA No. 4.6**

ITEM	CONCEPTO	ASIGNACION INICIAL				
		VALOR UNITA	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	MESES	TOTAL TRIMES
1	Servicios básicos	150,00	1	150,00	3	450,00
2	Servicios generales	163,13	1	163,13	3	489,38
3	Traslados viáticos	41,67	1	41,67	3	125,01
4	Instalación, mantenimiento, reparación	60,00	1	60,00	3	180,00
5	Arrendamiento oficina	100,00	1	100,00	3	300,00
6	Gastos mantenimiento informática	20,00	1	20,00	3	60,00
7	Bienes de uso y consumo	494,50	1	494,50	3	1.483,50
8	Sueldos unificados	3.158,72	1	3.158,72	3	9.476,17
9	Pago de intereses	1.020,00	1	1.020,00	3	3.060,00
						15.624,05

4.2.5 FINANCIAMIENTO

Como ya se mostró anteriormente, se requiere una inversión total en activos fijos de \$7550.00 y otra inversión en activos intangibles de \$2652,00.

Por otra parte, las necesidades por concepto de Capital de Trabajo ascienden a \$ 15.624,05. Los recursos para cubrir estas necesidades provendrán de dos fuentes:

a) Las aportaciones de capital de los socios inversionistas, de la Organización Empresarial, quienes aportarán con el 40% de la inversión total.

Es decir, el capital social de la empresa será del 40% del total de la inversión inicial; por lo tanto, los socios aportarán el 40% de la inversión fija, diferida y del capital de trabajo.

b) El sistema de crédito oficial, a través de la Entidad Bancaria, la cual otorgará un crédito refaccionario, que es para las inversiones fija y diferida;. Estos créditos cubrirán el 60% del total de la inversión total y en ese mismo porcentaje se cubrirán vía créditos las inversiones fija y diferida, así como el Capital de Trabajo.

Se reiteró un 40% de capital social y el 60% restante de créditos bancarios, porque de esta forma se considera un adecuado nivel de equilibrio de apalancamiento financiero.

En el cuadro, se presenta la estructura del financiamiento del proyecto.

Préstamo

El crédito ha realizar se lo determinó mediante una investigación a entidades financieras, que manejaban la menor tasa activa y comisiones de trata de la Cooperativa "CASAG" perteneciente al Ministerio de Defensa, cuya tasa de interés para el crédito es del 17% anual a 3 años plazo. No se determino el año máximo que es de 5 años por tener una comisión mayor y los interés aumentaban al 15%.

C = Capital

i = Interés

t = Tiempo



ASESCONTRI CIA. LTDA

TABLA No. 4.7 TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO

Años	Capital No Pagado	Interes 17%	Capital Pagado	Pago
0	6.000,00			
1	6.000,00	1.020,00	855,38	1.875,38
2	5.144,62	874,58	1.000,80	1.875,38
3	4.143,82	704,45	1.170,93	1.875,38
4	2.972,88	505,39	1.369,99	1.875,38
5	1.602,89	272,49	1.602,89	1.875,38

Fuente: Autoras

4.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Ya determinados los servicios, precios y a la demanda a satisfacer se procede a realizar las proyecciones mediante promedios de precio y demanda. Considerando el porcentaje de inflación y el crecimiento del sector. Las proyecciones se han propuesto para los siguientes 5 años con un incremento en los ingresos del 5.00% anual.



**INGRESO POR VENTA
TABLA No. 4.10**

TABLA N°4.8 PROYECCIÓN DE VENTAS

SERVICIOS	PRECIOS POR TIPO DE EMPRESA		PROMEDIO DE PRECIOS	Nº DE EMPRESAS A SATISFACER	TOTAL VENTAS MENSUALES
	PEQUEÑA	MEDIANA			
Revisión Contable Permanente	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 200,00	5	1.000,00
Desarrollo del planeamiento y estrategias Tributarias	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 125,00	5	625,00
Revisión tributaria permanente	\$ 300,00	\$ 450,00	\$ 375,00	10	3.750,00
SUBTOTAL	\$ 500,00	\$ 900,00	\$ 700,00	20	5.375,00

Fuente: Autoras

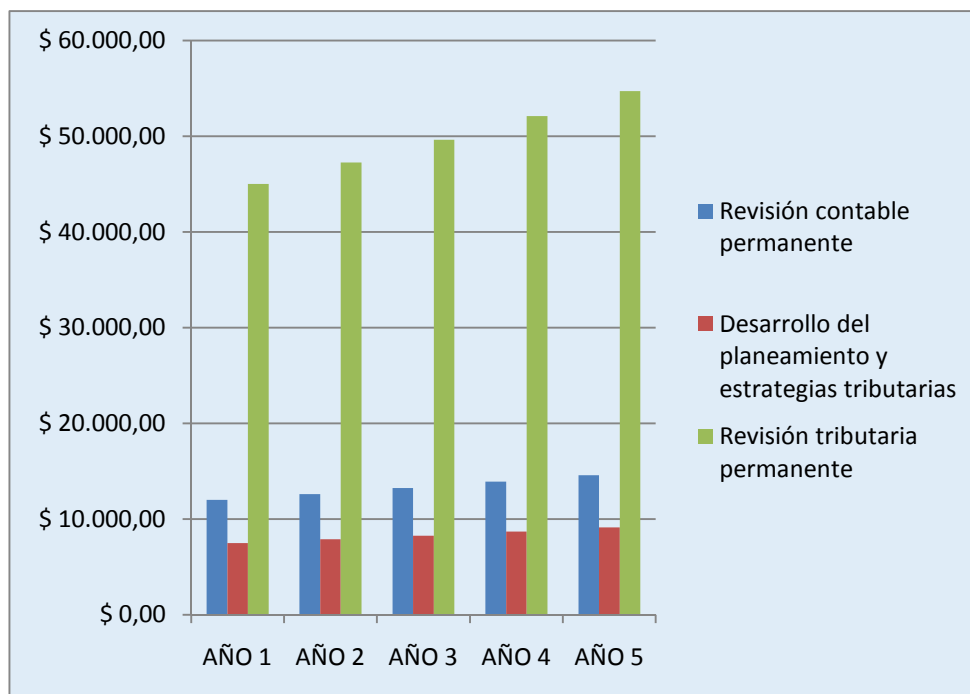


TABLA 4.9 PROYECCION DE VENTAS A 5 AÑOS

	Revisión Contable permanente	Desarrollo del planeamiento y estrategias tributarias	Revisión tributaria permanente	TOTAL INGRESOS
AÑO 1	\$ 12.000,00	\$ 7.500,00	\$ 45.000,00	\$ 64.500,00
AÑO 2	\$ 12.600,00	\$ 7.875,00	\$ 47.250,00	\$ 67.725,00
AÑO 3	\$ 13.230,00	\$ 8.268,75	\$ 49.612,50	\$ 71.111,25
AÑO 4	\$ 13.891,50	\$ 8.682,19	\$ 52.093,13	\$ 74.666,81
AÑO 5	\$ 14.586,08	\$ 9.116,30	\$ 54.697,78	\$ 78.400,15

Fuente: Autoras

GRÁFICO No. 4.1 PROYECCIÓN DE VENTAS



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Autoras

El presupuesto de ingreso estará en función del volumen de servicios que se espera vender durante la vida útil del proyecto.

Los ingresos básicos de la empresa provienen de las ventas y son el resultado de las ventas proyectadas.

El volumen de ventas al consumidor final, estará en función del porcentaje que se pretende cubrir de demanda insatisfecha del 75% en los pequeños y medianos negocios del sector comercial, dato obtenido según encuesta.

Como ha quedado establecido en el Análisis del Mercado, el precio de venta por revisión contable permanente es de \$200.00, el precio de venta en el desarrollo de planemaiento y estrategias tributarias es de \$125.00 y para la revisión tributaria permanente el valor de \$375.00.

4.4 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los costos y gastos de la organización fueron determinados mediante planillas y compra de suministros necesarios para el comienzo de una organización; en los gastos de los servicios básicos son consideradas las planillas de luz, agua y teléfono de empresas similares y se determina un promedio.

Los costos y gastos que debe mantener la organización a continuación se detallan:

**TABLA 4.10 PRESUPUESTO DE EGRESOS**

GASTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO							
SERVICIO BÁSICO							
AGUA POTABLE	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 61,20	\$ 62,42	\$ 63,67	\$ 64,95
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 306,00	\$ 312,12	\$ 318,36	\$ 324,73
TELECOMUNICACIONES	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.468,80	\$ 1.498,18	\$ 1.528,14	\$ 1.558,70
SERVICIOS GENERALES							
PUBLICIDAD	\$ 63,13	\$ 757,50	\$ 757,50	\$ 772,65	\$ 788,10	\$ 803,87	\$ 819,94
IMPRESIÓN, REPROD.Y PUBLICACIÓN	\$33,00	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 403,92	\$ 412,00	\$ 420,24	\$ 428,64
SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.224,00	\$ 1.248,48	\$ 1.273,45	\$ 1.298,92
TRASLADOS Y VIÁTICOS							
PASAJES	\$ 41,67	\$ 500,04	\$ 500,04	\$ 510,04	\$ 520,24	\$ 530,65	\$ 541,26
INSTALACIÓN, MANTEN Y REPARACIÓN							
INSTALACIÓN MOBILIARIO	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 122,40	\$ 124,85	\$ 127,34	\$ 129,89
INST, MANTE EQUIPOS	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$ 649,46
ARRENDAMIENTO DE BIENES							
ARRIENDO DE LOCAL	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.224,00	\$ 1.248,48	\$ 1.273,45	\$ 1.298,92
GASTOS DE INFORMÁTICA							
REPUESTO. EQUIPO INFORMÁTICO	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 244,80	\$ 249,70	\$ 254,69	\$ 259,78
BIENES DE USO Y CONSUMO							
MATERIALES DE OFICINA	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 306,00	\$ 312,12	\$ 318,36	\$ 324,73
MATERIAL DE ASEO Y LIMPIEZA	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 122,40	\$ 124,85	\$ 127,34	\$ 129,89
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 459,50	\$ 5.514,00	\$ 5.514,00	\$ 5.624,28	\$ 5.736,77	\$ 5.851,50	\$ 5.968,53
GASTOS SUELDOS UNIFICADOS	\$ 3.482,19	\$ 41.786,31	\$ 41.786,31	\$ 42.622,04	\$ 43.474,48	\$ 44.343,97	\$ 45.230,85
PAGO DE INTERESES		\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 874,58	\$ 704,45	\$ 505,39	\$ 272,49
SUBTOTAL	\$ 4.511,49	\$ 55.553,85	\$ 55.553,85	\$ 56.499,11	\$ 57.441,47	\$ 58.377,15	\$ 59.301,69

4.5. Sueldos y salarios

Los sueldos se determinaron mediante la tabla de salarios básico presentada por el Ministerios de Trabajo, considerando responsabilidad del cargo para cada integrante de la Organización. Se establecen los descuentos a empleados y pagos que se deben realizar al Seguro Social; al mismo tiempo se establecieron los pagos a favor de los empleados como son: décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva y vacaciones.



TABLA N°4.11 ROL DE PAGOS

Cargos	No.Personas	Sueldo Básico Mes	TOTAL SUELDOS
GERENTE	1	400	400
SECRETARIA RECEPCIONISTA	1	264	264
CONTADOR GENERAL	1	400	400
ASISTENTES DE SERVICIOS	3	300	900
EJECUTIVOS DE VENTAS	2	300	600
TOTAL	8		2.564,00

Fuente: Autoras



TABLA N° 4.12 ROL DE PROVISIONES

Décimo tercer Sueldo	Décimo Cuarto. Sueldo	IESS Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	TOTAL PROVISIONES
33,33	22,00	48,60	16,67	33,33	153,93
22,00	22,00	32,08	11,00	22,00	109,08
33,33	22,00	48,60	16,67	33,33	153,93
75,00	22,00	109,35	12,50	75,00	293,85
50,00	22,00	72,90	12,50	50,00	207,40
213,67	110,00	311,53	69,33	213,67	918,19

Fuente: Autoras

4.6. Balance Inicial

Se establece el siguiente Estado de Situación Inicial en el que se determina los valores con los que la organización comenzará sus actividades económicas.



**TABLA N° 4.13 ESTADO DE SITUACION INICIAL
PROYECTADO**

ACTIVOS		13202,00
Bancos	3000,00	
Equipo de Oficina	1020,00	
Equipo de Computacion	3600,00	
Muebles de Oficina	2500,00	
Libros y Obras de Arte	430,00	
Software Contable	1512,00	
Gastos de constitución	1140,00	
PÁSIVOS + PATRIMONIO		13202,00
PASIVOS		6000,00
Préstamos Bancarios	6000,00	
PATRIMONIO		7202,00
Capital	7202,00	

Fuente: Autoras

4.7. Evaluaciones financieras

4.7.1 VAN

Definición

Valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que, el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t.

l_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.²⁴



TABLA N° 4.14 PROYECCION FINANCIERA

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas al contado	64.500,00	67.725,00	71.111,25	74.666,81	78.400,15
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS	64.500,00	67.725,00	71.111,25	74.666,81	78.400,15
GASTOS SUELDOS					
Sueldo Basico Unificado	30.768,00	42.622,04	43.474,48	44.343,97	45.230,85
GASTOS OPERACIONALES					
Servicios básicos	1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38
Servicios Generales	2.353,50	2.400,57	2.448,58	2.497,55	2.547,50
Traslados Viáticos	500,04	510,04	520,24	530,65	541,26
Instalación, Mantenimiento, Reparación	720,00	734,40	749,09	764,07	779,35
Arrendamiento de Bienes	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1298,92
Gastos de Informática	240,00	244,80	249,70	254,69	259,78
Bienes de Uso y Consumo	5.934,00	6.052,68	6.173,73	6.297,21	6423,15
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	12.747,54	13.002,49	13.262,54	13.527,79	13.798,35
GASTOS FINANCIEROS					
Pagos de Intereses	1.020,00	855,38	1.875,38	0,00	0,00
Depreciaciones	1.595,00	1.595,00	1.595,00	395,00	395,00
Amortizaciones	530,40	530,40	530,40	530,40	530,40
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	3.145,40	2.980,78	4.000,78	925,40	925,40
Total Egresos	46.660,94	58.605,31	60.737,80	58.797,16	59.954,60
Resultado antes de trabajadores	17.839,06	9.119,69	10.373,45	15.869,65	18.445,56
15% empleados	2.675,86	1.367,95	1.556,02	2.380,45	2.766,83
Resultado antes de impuestos	15.163,20	7.751,73	8.817,43	13.489,20	15.678,72
25% IR	3.790,80	1.937,93	2.204,36	3.372,30	3.919,68
Utilidad Neta	11.372,40	5.813,80	6.613,07	10.116,90	11.759,04

Fuente: Autoras

²⁴ www.gerencie.com/valor-presente-neto.htm

4.7.2 TIR

Definición

La TIR se define como la tasa de descuento hace que el valor presente de entradas de efectivo sea igual a la inversión neta relacionada con un proyecto.

Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendrá el inversionista efectuando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión.

Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.

Cuando la TIR es igual a la tasa de interés, el capitalista es indiferente entre realizar la inversión o no.

$TIR > i \Rightarrow$ realizar el proyecto

$TIR < i \Rightarrow$ no realizar el proyecto

$TIR = i \Rightarrow$ es indiferente para el inversionista realizar o no el proyecto.

TIR= 37,23

4.7.3 FLUJO DE EFECTIVO

Definición

El flujo de efectivo, permite determinar cuánto en realidad queda en bancos mediante la fórmula de ingresos, menos egresos, menos cuentas por pagar. No se consideran como egresos las depreciaciones, amortizaciones y provisiones, que son cuentas que permite la circulación del efectivo.

Este fue proyectado a cinco años determinando sus valores mediante las proyecciones del Estado de Resultados.²⁵

²⁵ www.emprendaria.com/nota.php?id_not=383 -



TABLA No. 4.15 FLUJO DE EFECTIVO

CÉDULA No.	Proyección ventas	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
		0,00	1	2	3	4	5	
INGRESOS PERACIONALES								
Ventas al contado			64.500,00	67.725,00	71.111,25	74.666,81	78.400,15	
			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
			64.500,00	67.725,00	71.111,25	74.666,81	78.400,15	
EGRESOS OPERACIONALES								
Servicios básicos			1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38	
Servicios Generales			2.353,50	2.353,50	2.400,57	2.448,58	2.497,55	
Traslados Viáticos			500,04	500,04	510,04	520,24	530,65	
Instalación, Mantenimiento, Reparación			720,00	720,00	734,40	749,09	764,07	
Arrendamiento de Bienes			1200	1200	1224	1248,48	1273,4496	
Estudios e Investigación			2400	2400	2448	2496,96	2546,8992	
Gastos de Informática			240	240	244,8	249,696	254,68992	
Bienes de Uso y Consumo			5934	5934	6052,68	6173,7336	6297,20827	
Pagos de Intereses			1.020,00	874,58	704,45	505,39	272,49	
Sueldos			37.904,66	37.904,66	38.662,75	39.436,01	40.224,73	
Depreciaciones			2.163,83	2.163,83	2.163,83	537,50	537,50	
Amortizaciones			530,40	530,40	530,40	530,40	530,40	
Total Egresos			56.766,43	56.657,02	57.548,65	56.806,25	57.678,01	
Resultado antes de trabajadores			7.733,57	11.067,98	13.562,60	17.860,56	20.722,14	
15% empleados			1.160,04	1.660,20	2.034,39	2.679,08	3.108,32	
Resultado antes de impuestos			6.573,53	9.407,78	11.528,21	15.181,48	17.613,82	
25% IR			1.643,38	2.351,95	2.882,05	3.795,37	4.403,45	
Utilidad Neta			4.930,15	7.055,84	8.646,16	11.386,11	13.210,36	
Equipo de oficina		-995,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Equipo de computación		-4.879,00						
Muebles y enseres		-3.950,00						
Libros y obras de arte		-430,00						
Gastos preoperativos		-2.652,00						
Capital de trabajo		16.224,05						
Préstamo		6.000,00						
(+) Depreciaciones			2.163,83	2.163,83	2.163,83	537,50	537,50	
(+) Amortizaciones			530,40	530,40	530,40	530,40	530,40	
(-) Pago de capital			855,38	1.000,80	1.170,93	1.369,99	1.602,89	
(*) Valor de rescate de Activos Fijos							2.687,50	
(*) Valor de rescate de capital de trabajo							16.224,05	
FLUJO OPERACIONAL			-23.130,05	6.769,00	8.749,27	10.169,46	11.084,01	31.586,92
Tasa de descuento:	12,00%				Tasa de descuento:			
					Tasa pasiva	5,00%		
VAN	22.094,35				Tasa inflación	4,00%		
TIR	37,23%				Riesgo negocio	3,00%		
COSTO BENEFICIO	1,96					12,00%		

Al comparar la inversión con los beneficios futuros. El concepto de valor actual neto (VAN), permite actualizar esos flujos y restarle el valor de la inversión inicial. En el caso de que ese VAN sea negativo, la inversión propuesta resultará a pérdida, por lo cual deberá ser desechada.

Para actualizar los flujos futuros, se debe utilizar una tasa de interés que represente el costo del capital para el inversor. En otras palabras, cuánto cuesta tener inmovilizado mi capital, si es que lo tengo, o cuánto cuesta un préstamo, si es que el dinero para invertir proviene de un endeudamiento del inversor. Esta tasa de interés actualiza el flujo de fondos futuros, igualando la inversión inicial a la fecha, se denomina tasa interna de retomo (TIR).²⁶

4.7.4 COSTO BENEFICIO

El análisis de costo-beneficio es un término que se refiere tanto a:

- Una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos.
- Un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana.

Bajo ambas definiciones el proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable. Muy relacionado, pero ligeramente diferentes, están las técnicas formales que incluyen análisis coste-eficacia y análisis de la eficacia del beneficio.

El análisis costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos

²⁶ www.zonabancos.com/.../10-matematica-financiera-aplicada-al-negocio-bancario-15268-metodos-de-analisis-de-inversiones.aspx

monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se aplica a proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas.

El análisis de costo-beneficio es una herramienta de toma de decisiones para desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables de los proyectos públicos.

El esquema general para el análisis de costo-beneficio se puede resumir de la siguiente manera:

1. Identificar los beneficios para los usuarios que se esperan del proyecto.
2. Cuantificar en la medida de lo posible, estos beneficios en términos monetarios, de manera que puedan compararse diferentes beneficios entre sí y contra los costos de obtenerlos.
3. Identificar los costos del patrocinador.
4. Cuantificar, en la medida de lo posible, estos costos en términos monetarios para permitir comparaciones.
5. Determinar los beneficios y los costos equivalentes en el período base, usando la tasa de interés apropiada para el proyecto.
6. Aceptar el proyecto si los beneficios equivalentes de los usuarios exceden los costos equivalentes de los promotores ($B > C$).

Valuación de Costos y Beneficios.

- **Beneficios para el Usuario:** Para iniciar el análisis costo-beneficio, se identifican todos los beneficios del proyecto (resultados favorables) y sus perjuicios o contrabeneficios (resultados no favorables) para el usuario.

También debemos considerar las consecuencias indirectas relacionadas con el proyecto, los llamados efectos secundarios.

Beneficios para el usuario (B) = beneficios – perjuicios.

- **Costos del Patrocinador:** Podemos determinar el costo para el patrocinador identificando y clasificando los gastos necesarios y los ahorros (o ingresos) que se obtendrán. Los costos del patrocinador deben incluir la inversión de capital y los costos operativos anuales. Cualquier venta de productos o servicios que se lleve a cabo al concluir el proyecto generará ingresos; por ejemplo, las cuotas de peaje en carreteras. Estos ingresos reducen los costos del patrocinador. Entonces podemos calcular los costos del patrocinador combinando estos elementos de costo: $\text{Costos del patrocinador} = \text{Costos de capital} + \text{Costos de operación y mantenimiento} - \text{Ingresos}$.
- **Razón Costo-Beneficio (C/B)** Se han hecho diversas formulaciones de la razón C/B. A continuación se presentan las más comunes:

⊗ Considerando BENEFICIOS / COSTOS:
 $C/B = B/C = B/C + 1$
 Si: $B / C \geq 1$ Acéptese el proyecto; ya que, por cada peso de costo se obtiene lo equivalente a uno o más pesos de beneficio. De lo contrario recházese. Donde: t Número de período. I Inversión de capital. B Beneficios. b_t Beneficio del período t. C Costo. c_t Beneficio del período t. Razón costo-beneficio modificado:
 Si: $C / B \leq 1$ Acéptese el proyecto; ya que, por cada peso invertido se obtiene lo equivalente a uno o más pesos de beneficio. De lo contrario recházese.

⊗ Expresando la razón costo-beneficio como COSTOS / BENEFICIOS:
 $C / B \leq 1$ Acéptese el proyecto; ya que, cada peso de beneficio obtenido se obtuvo con una cantidad menor a un peso de costo. De lo contrario recházese. $C/B = 1/B - C$ Si: $C / B \leq 1$ Acéptese el proyecto; ya que, cada peso de beneficio obtenido se obtuvo con menos de un peso de inversión. De lo contrario recházese.

DEMOSTRACIÓN COSTO BENEFICIO

El Análisis Costo Beneficio es el proceso de colocar cifras en dólares en los diferentes costos y beneficios de una actividad. Al utilizarlo, podemos estimar el impacto financiero acumulado de lo que se quiere lograr.

El NPV representa el Valor Presente (PV) de los flujos salientes de caja menos la cantidad de la inversión inicial (I).

Simplemente: $NPV = PV - I$

El Valor Presente del flujo de caja futuro es calculado utilizando el costo del capital como un factor de descuento. El propósito del factor de descuento es convertir el Valor Futuro del dinero en Valor Presente (dólares futuros a dólares presentes) y se expresa como $1 + \text{la tasa de interés } (i)$.²⁷

El análisis costo beneficio según datos anteriores es de \$ 1,96 de retorno por cada dólar gastado. Este sería un retorno positivo. Entonces, por cada dólar que se invierte, se obtiene una ganancia de ¢ 0.96 centavos de dólar por lo que determina la factibilidad del proyecto.

²⁷ www.mitecnologico.com/.../EvaluacionDelCostoBeneficio -

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.8 CONCLUSIONES

Desde el punto de vista del estudio financiero el proyecto es viable, en vista de que:

- ✓ Apenas el 74.68% de los pequeños y medianos negocios del sector, correspondiente a nuestro estudio, cuentan con un profesional encargado del área contable y tributaria.
- ✓ La mayoría de estas empresas factura menos de \$ 100000 mensuales, lo cual obliga a sus propietarios a mantener una contabilidad manual, sin mantener registros contables ordenados, por que no cuentan con un presupuesto para contratar un profesional u otra asesoría externa.
- ✓ En relación a la administración de activos la empresa muestra una tendencia creciente, lo que se traduce en eficiencia. Se tiene rentabilidad en el margen de utilidad sobre las ventas, esto indica que hay diversas alternativas para mantener el margen.
- ✓ Los estudios preliminares determinaron que la situación actual del mercado es ideal para la creación del servicio “Asesoría Contable y Tributaria”, lo cual asegura su alta rentabilidad.
- ✓ Con un acertado manejo tanto mercadológico y administrativo la implementación y desarrollo del servicio generará fuentes de trabajo, caracterizado por el sector contable y tributario y por consiguiente el crecimiento económico.

4.9 RECOMENDACIONES

- ✓ Después de haber realizado el análisis financiero se recomienda el proyecto y se puede decir que la organización bajo estudio es una empresa que no muestra problemas de liquidez, al contrario presenta una alta capacidad de operación a corto plazo; y sostiene respaldo para cubrir financiamientos.
- ✓ Se considera que la asesoría contable y tributaria que ofrecemos es requerida, por comodidad de costos y, variedad de servicios y es recomendable para el mercado propuesto.
- ✓ Basándonos en la Evaluación Financiera (TIR, VAN, COSTO BENEFICIO) y sus parámetros requeridos; podemos ver la viabilidad del Proyecto y la ejecución del mismo para la formación de la empresa, y así, atender las necesidades básicas de los pequeños y medianos negocios, contribuyendo al desarrollo de las mismas, generación de riqueza y progreso del país.
- ✓ El análisis realizado demuestra que el costo y gastos que genera la creación de este servicio versus los ingresos son atractivos, tanto para los inversionistas, así como para los clientes.
- ✓ Considerando que el objetivo general de este proyecto es comprobar la rentabilidad del servicio de asesoría contable y tributaria para los pequeños y medianos negocios, luego del análisis realizado, se recomienda la ejecución del Proyecto, ya que es factible y cumple con las expectativas propuestas.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración: Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos. Debemos enfatizar que la Administración es una actividad que convierte los recursos humanos y físicos, desorganizados en recursos útiles y efectivos. La administración es la más retadora, amplia, exigente, crucial y sutil de todas las actividades humanas

Acción Preventiva: Es una acción emprendida para eliminar las causas de una no conformidad, de un defecto u otra situación no deseable potencial, para evitar que ocurra.

Beneficio Neto: Saldo favorable entre ingresos y gastos de una operación económica concreta o de la explotación de una industria, después de deducidos los impuestos.

Beneficio Bruto: Se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones del capital

Calidad: Conjunto de acciones, políticas, a seguir para el cumplimiento de las metas y objetivos

Capital Social: Fondos aportados por los accionistas y que no tienen la consideración de su deuda.²⁸

Ciclo de vida de un producto/servicio: Etapas por las cuales pasa un producto o servicio desde que nace hasta que deja de producirse o comercializarse.

²⁸ www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinanciero.shtml -

Cliente: El receptor de un producto suministrado por el proveedor.

Clima laboral: Condiciones Sociolaborales percibidas por los miembros de una organización.

Comercio: Actividad de compra y venta de mercancías y servicios.

Comercio bilateral: Aquel que se refiere a mercancías no sujetas a comercio liberalizado ni globalizado.

Comercio globalizado: Aquel que requiere una autorización previa y fijada de la administración, además un límite máximo de importación.

Comercio liberalizado: Aquel que se realiza automáticamente, sin intervenciones administrativas o con una intervención mínima.

Contrato: Acuerdo de voluntades en virtud del cual dos o más partes consienten en obligarse sobre materia o cosa determinada.

Contabilidad: Proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que los gestores puedan evaluar la situación de la entidad. La teneduría de libros se refiere a la elaboración de los registros contables, que permite obtener los datos, ajustados a principios contables, utilizados para evaluar la situación y obtener la información financiera relevante de una entidad.²⁹

Demanda: Cantidad de un bien a la que puede darse salida a cada precio posible, durante una unidad de tiempo determinada y en un mercado dado.

²⁹ www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinanciero.shtml -

Depreciación: Disminución del valor neto contable de un activo a causa de agentes externos a la actividad de la empresa.

Estrategia: Conjunto de acciones, políticas a seguir para el cumplimiento de las metas y objetivos.

Eficacia: Característica de un resultado cuando se ajusta al máximo posible de los objetivos marcados por la empresa.

Eficiencia: Valoración del logro de objetivos en la realización de una tarea. Supone la mejor manera de realizarla en función de los recursos con los que se cuenta.

Imperativa de los servicios: Refleja la idea de que los aspectos intangibles del producto se convierten en las características fundamentales que distinguen a los productos en los mercados.

Innovación: Creación y ejecución de una idea.

Inspección: Una actividad tal como medir, examinar, ensayar o comprar con un patrón una o más de una entidad y confrontar los resultados con requisitos especificados para así establecer si se logra una conformidad para característica.

Interno: Se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía.³⁰

Manual de Calidad: Un documento que enuncie la política de calidad y que describe el sistema de calidad de una organización.

³⁰ www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml -

Marketing: también llamado mercadeo, es el arte y el conocimiento de aprovechar bien las oportunidades de incrementar las ventas de la empresa, enseña a identificar, descubrir, conocer y dominar los productos y las necesidades de los clientes.

Método del gasto: El PIB es la suma de todas las erogaciones realizadas para la compra de bienes o servicios finales producidos dentro de una economía, es decir, se excluyen las compras de bienes o servicios intermedios y también los bienes o servicios importados.

Método del valor agregado: El PIB es la suma de los valores agregados de las diversas etapas de producción y en todos los sectores de la economía. El valor agregado en una empresa en el proceso de producción es igual al valor de su producción menos el valor de los bienes intermedios.

Método de ingreso: El PIB es la suma de los ingresos de los asalariados, las ganancias de las empresas y los impuestos menos las subvenciones. La diferencia entra al valor de producción de una empresa y el de los bienes intermedios tiene uno de los tres destinos siguientes: Los trabajadores en forma de renta del trabajo, las empresas en forma de beneficios o el Estado en forma de impuestos indirectos Ej.: IVA.

Método Molecular: Modelo conceptual de la relación existente entre los componentes tangibles e intangibles de las operaciones de una empresa.³¹

Miopía del Marketing: Costumbre de definir el negocio propio de modo excesivamente limitado.

³¹ www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml -

Producto: Se refiere al bien o servicio.

Producto Interno Bruto: El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado

Producto Per cápita: El PIB per cápita es el promedio de Producto Bruto por cada persona. Se calcula dividiendo el PIB total por la cantidad de habitantes de la economía

Sector: Nombre genérico que se aplica a cada uno de los tres grandes grupos en que convencionalmente se divide la actividad económica de un país.

Servicios: Actos, esfuerzos o actuaciones

Test: Prueba que se realiza para evaluar las capacidades, destrezas o aptitudes de una persona

Tiempo de vida útil: Duración prevista para el bien para el cual se va a calcular la amortización.

Trabajo en equipo: Capacidad de integración en un grupo respetando las normas establecidas y cooperando para alcanzar los objetivos comunes.

Tasas: Tributos obligatorios que se exigen por la prestación de un servicio o la realización de una actividad por la administración.³²

Ventas: Acuerdo y aceptación del comprador mediante el vendedor de un bien, producto o servicio.

³² www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml -

6. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

ARAQUE J. Wilson, Competitividad de las pequeñas empresas, INSOTEC, Quito 2002.

BACA Urbina Gabriel, Evaluacion de Proyectos, McGraw-Hill, cuarta edición.

BENÍTEZ CHIRIBOGA. Mayte Lucía, **Fundaciones, sponsorización y mecenazgo**, Tesis, Quito, 1998

CHASE, Richard B, **Administración de producción y operaciones**, 8va Edición, Mc Graw – Hill Internacional

CHIAVENATO, Idalberto, **Administración proceso administrativo**, 3ra Edición Mc Graw – Hill, Colombia 2001, Páginas 415.

CHIAVENATO Idalberto, **Gestión del Talento Humano**, El nuevo papel de los recursos humanos en los organizadores, Edición Mc Graw – Hill Interamericana, COLOMBIA 2002

CHIAVENATO, Idalberto, “**Introducción a la Teoría General de la Administración**”, Ed. Mc Graw Hill.

Diccionario Enciclopédico Básico, Editorial Salvat Uno S. A., Barcelona

ECHEVERRIA, Juan Abel, **Administración**, Texto para el primer curso de Administración, 1991, Ecuador, Página 242.

EVANS, James R, **Administración y control de la calidad**, Thompson Editores, México 2000, Páginas 785.

FARREL, Gilda, **Participación de la mujer en el sector moderno de la Economía**.- Revista Economía y Desarrollo PUCE.

FREED David, Administración Estratégica, Quinta Edición, 2002

GARCÍA MANZANO, Oscar, ***Administración y Desarrollo Gerencial***, Edición Diana, Páginas 307.

GITMAN, Lawrence J, ***Administración Financiera***, 8va. Edición, México.

GRUPO EDITORIAL IBEROAMERICANA, ***Administración de Proyectos desde la idea hasta la implantación.***

HELLRIEGEL, Dan, Slocum, Susan, Jackson, Jhon, ***Administración un enfoque basado en competencias***, Thompson Editores, México 202, páginas 561.

HERNÁNDEZ, Sergio, RODRÍGUEZ, ***Introducción a la Administración***, Ed. Mc Graw Hill

JAMES STONER, A, "***Administration***", Ed. Prentice Hall.

MC GRAW, Hill, ***Administración moderna***, Edición Mc Graw – Hill, Biblioteca práctica de negocios Tomo I. México, páginas 228

MORRISEY, George, ***Administración por objetivos y resultados***, Estados Unidos, Edición Fondo Educativo Interamericano páginas 130.

PRESTON P, ***Administración General Planeación y Ejecución***, Editorial Fondo de cultura económica. México.

STARR, Martín P, ***Administración de producción, sistemas y síntesis***, España, Editorial Prentice Hall Internacional 1970

REVISTAS

Pymes Magazine "***Como implementar las ventas en su empresa.*** Febrero – Abril Centro de documentación de la Dirección Nacional de Planeamiento Educativo (CECIM).

PÁGINAS WEB

www.bce.gov.ec

www.itip.edu.ec

www.monografias.com

www.inec.gov.ec

www.micip.gov.ec

www.sri.gov.ec

www.capeipi.gov.ec

www.supercias.gov.ec

www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml -

ANEXOS

ANEXO No. 1



ASESORÍAS CONTABLES Y TRIBUTARIAS — Quito

- Teléfono: **087437124**

PRESTAMOS *SERVICIOS* EN:

- *DECLARACION DE IMPUESTOS PARA PERSONAS NATURALES Y SOCIEDADES:*

Declaración del I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado) mensual o semestral.

Declaración de Retención en Fuente.

Declaración de Impuesto a la Renta.

Devolución de I.V.A.

Anexos Transaccionales.

Anexos de Gastos Personales.

Tramites en el S.R.I.

- *CONTABILIDADES*
- *ACTUALIZACIÓN DE CONTABILIDADES*
- *NÓMINA*

El precio de este paquete de servicios es de: \$250.00

El servicio que nosotros ofrecemos es eficiente, puntual y basados en las normas contables y tributarias que rigen en el país

Más Información contáctenos: asercont@hotmail.es

3010607/087437124

FULL SERVICE

To: robertovargasl@yahoo.com; robertovargasl@hotmail.com

Ponemos a su disposición los siguientes servicios:

- Elaboración del anexo transaccional simplificado (ATS), anexo de retenciones por otros conceptos (REOC), anexo de relación de dependencia (RDEP).
- Devolución del IVA pagado en la adquisición local o importación de bienes o servicios por parte de empresas exportadoras (art. 72 Ley de Régimen Tributario Interno); agencias especializadas, ONG's o personas jurídicas designadas ejecutoras en convenios internacionales, créditos de gobierno a gobierno o de organismos multilaterales (art. 73 Ley de Régimen Tributario Interno);
- Devolución de IVA a proveedores directos de exportadores;
- Devolución de IVA de empresas que prestan servicios turísticos;
- Recursos de revisión;
- Reclamos de pago indebido y pago en exceso de IVA y renta (recuperación del impuesto a la renta pagado en exceso o indebidamente);
- Declaraciones de impuestos;
- Justificación de notificaciones;

Saludos
Roberto Vargas López

ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA

Prestamos los servicios profesionales en diversas areas Contables:
 ingfinanciero2007@hotmail.com : DIRECCION DE E MAIL
 Nuevo sistema computarizado del año 2009 acorde con el SRI

1.- Personas Naturales (con facturas y comprobantes)

Formularios 104 A	\$ 1.00
Servicio de Banco	\$ 0.50
Honorarios	\$ 20

TOTAL.	\$ 21.50

2.-Soportes Computarizados

Cuando es tarifa 0 (sin facturas)

Formularios 104 A	\$ 1.00
Servicio de Banco	\$ 0.50
Honorarios	\$ 10.00

TOTAL:	\$ 11.50

3.- Compañías Limitadas, Anónimas o Asociaciones con facturas

2 formularios 103, 104	\$ 2.00
Servicio Banco	\$ 1.00
Honorario	\$ 20.00
TOTAL	\$23.00

Sin facturas(tarifa 0)\$ 20.00

4.- Contabilidades

Con facturas de Compras, Ventas, Retenciones Renta, Diario Caja Mayor,
 Balances de Comprobación, General.

Base mínima mensual \$70.00

5.-Balances para presentar a Instituciones Financieras, completo con Flujo de
 Caja... \$ 80 base mínima hasta 100 y150 dólares.

6.-Asesoramiento Contable

7.- Informes, Inventarios (porcentajes del 10 al 15% sobre el monto)

8.-Anexos tarifa 0= \$ 8.00 c/u. (Anexo Transaccional S.R.I.)+ IVA

Anexos con Compra y Retenciones del Impuesto a la Renta

\$ 20,30,40,50.....hasta 100.00 (según tarifa de El Contador N° 126 Julio
 2006.)

9.- Consulta de Lista Blanca en el SRI (Sin clave \$5.00 Con clave \$8.00)

Todo trabajo Contable se realiza mediante programas computarizados acorde
 con lo exigido por el SRI

La Gerencia.

Ciudad: Quito "ASESORA CONTABLE Y FINANCIERA"
CON LICENCIA ACTUALIZADA. O al celular; 088492187 ASESOR
FINANCIERO Y CONTABLE FERNANDO BENAVIDES. Con Licencia. No.17-
03872 Teléfono oficina; 2596703 Fax :2596703

SERVICIOS CONTABLES TRIBUTARIOS - Ecuador

CONTABILIDAD EN GENERAL TANTO A PERSONAS NATURALES COMO JURÍDICAS

PARA PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD

Se elabora sus impuestos y se entrega un respaldo impreso y detallado de los valores declarados, según exige la norma.

PARA EMPRESAS Y PERSONAS NATURALES OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD

Se realiza la Contabilidad, Impuestos, Registro Contable, Nóminas, Balances mensuales

GESTIONES TRIBUTARIAS

Asesoría Tributaria al día
Declaración y Conciliación de Impuestos
Declaraciones de impuesto al valor agregado (IVA)
Declaraciones de impuesto de renta (IR)
Régimen de tributación simplificado (RISE)
Elaboración de Anexos Transaccionales
Cálculo de intereses, multas y recargos
Lista Blanca
Baja de Documentos

GESTIONES EN EL IESS

Obtención Clave patronal
Avisos de Entrada – Salida
Manejo y Control de la Pág. Web IESS
Pagos de Planilla de Aportes, Fondos de Reserva, Préstamos y Glosas, etc.

GESTIONES EN EL MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

Cálculo de prestaciones legales
Elaboración de Contratos de [Trabajo](#)
Registro de Contratos ante el MRL
Actas de Finiquito

COSTOS

El costo varía según el volumen de movimientos contables del cliente y [servicios](#) solicitados.

CONTACTOS

sosa-asociados@hotmail.com

Gustavo Sosa C.
 Teléfonos: (593) 2600-447 Movil: 0800000082
 QUITO-ECUADOR
Presupuesto sin compromiso
Visita directamente a su empresa o negocio

ASESORIA CONTABLE TRIBUTARIA - Ecuador
KANFRA SA - Consultores Financieros Tributarios

Portafolio de servicios

En base a nuestra experiencia y trabajo día a día, podemos ofrecerle de manera eficiente y efectiva, los siguientes servicios:

Asesoría Tributaria

Ø Desarrollo y Validación de Anexos: Transaccional, Retención en Otras Compras (REOC), Anexos anual para personal bajo relación de dependencia, Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Ø Declaraciones de Formularios: Impuesto a la Renta de Sociedades y Personas Naturales (101, 102, 102A), Retenciones en la Fuente (103), Impuesto al Valor Agregado de Sociedades y Personas Naturales (104, 104A), Formulario Múltiple de Pagos (106), Retención Anual al Personal Bajo Relación de Dependencia (107), Declaraciones sustitutivas

Ø Devolución de Impuestos: Retención en la Fuente de Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor Agregado (DRAW BACK)

Ø Asesoría y apoyo en trámites especiales: Recurso de revisión, Apelaciones ante Tribunal Distrital de lo Fiscal, Peritajes tributarios, Inspecciones contables y auditorías del SRI, Impugnaciones a resoluciones, Obtención actualización y anulación del RUC, Baja de comprobantes y documentos complementarios

Ø Conciliación y ajuste entre contabilidad, formularios y anexos declarados.

Asesoría Contable

Ø Desarrollo, consolidación, actualización y emisión de: libros contables, libros mayores, estados financieros

Ø Presentación y descripción de anexos contables

Ø Implementación de sistema contable

Ø Venta, instalación y parametrización de software contable, de acuerdo a requerimiento

Ø Conciliaciones bancarias

Somos más que consultores

Contáctenos

Teléfonos: (593-2) 2449-321
Celulares: (593) 098020389 / 092723575
Fax: 02-2241-737

E-mail: kanfraconsultores@gmail.com / santiagocifuentes6@hotmail.com
Dirección: Av. Núñez de Vela 913 y Naciones Unidas

SERVICIOS CONTABLES Y TRIBUTARIOS ESCAYT - norte - Quito

Somos una oficina de Asesoría Tributaria, Legal, Contable

Ofrecemos los siguientes servicios:

Servicios Contables:

Outsourcing Contable
 Actualización Contable
 Estados Financieros de acuerdo a las NIIF`S
 Controles Internos
 Toma Física de Activos Fijos
 Toma Física de inventarios
 Elaboración de Presupuestos
 Revisión de la información contable y aplicación de ajustes correspondientes.
 Manejo de Nómina, IESS, Contratos, Finiquitos, etc

Servicios Tributarios:

Preparamos Declaraciones de IVA, Retenciones en La Fuente
 Impuesto a la Renta
 Declaraciones Patrimoniales
 Anexos del SRI: REOC, REDEP, ATS (Contribuyentes Especiales)
 Impuestos Municipales y Permisos
 Planificación Tributaria
 Auditoría Tributaria
 Cierre de Balances Fiscales
 Reclamos de Pago Indebido
 Reclamos de Pago en Exceso
 Reclamos de IVA: Exportadores y Proveedores directos de Exportadores
 Aplicación de Beneficios Tributarios
 Asesoría Tributaria-Financiera Permanente

Contactenos:

Teléfono: 2 921-093 / 2449-343

Celular: 09 9 705-085 Mov / 08 1 265-530 Port

Central AT - Asesoría Financiera, Tributaria y Contable - Ecuador

Nuestros servicios en asesoría tributaria, brindados a todo el Ecuador, le permiten optimizar sus recursos financieros, complementados con otras áreas como las de contabilidad, auditoría y un servicio permanente de planificación.

Una experiencia amplia y profunda de nuestro sistema financiero, nos permiten ofrecerle una asesoría de calidad en varios aspectos, como son:

Revisión de sus obligaciones tributarias antes del cierre del ejercicio fiscal.

Análisis de la información enviada.

Asesoría permanente en tributación.

Asistencia en toma de decisiones que le permitan corregir posibles problemas a tiempo.

Asistencia legal en temas de tributación

Visítenos en <http://www.centralat-ec.com/>

**SERVICIOS CONTABLES Y ASESORIA TRIBUTARIA
PARA PERSONAS NATURALES Y PYMES - Quito**

ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA PARA PERSONAS
NATURALES OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD Y
PYMES.

- DECLARACION Y RECLAMO DE IMPUESTOS
- ACTUALIZACION DE OBLIGACIONES LABORALES
- ACTUALIZACION CONTABLE

DIRECCION: POLONIA N3153 Y VANCOUVER,
TELEFONOS. 2564253, CELULAR. 098932193, QUITO -
ECUADOR

ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA - Quito

L & S ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA.

LLEVAMOS CONTABILIDADES DE MICROEMPRESAS, ANEXOS
TRANSACCIONALES, DECLARACIONES DE IMPUESTOS, TRAMITES
MINISTERIO DE TRABAJO, IESS, SRI.

ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA.

SERVICIO PROFESIONAL Y PERSONALIZADO, CONTAMOS CON AMPLIA
EXPERIENCIA.

INFORMES TELFS: 095888-538 (Tecnólogo Luis López) / 084438-372 (Sra. Myrian
Salinas)

TELÉFONO DOMICILIO: (02)2032-253 (a partir de las 21:00)

MAIL: lplg_patricio_1@hotmail.com / mylialinas@hotmail.com



Adjunto de todas maneras una presentación de todos los servicios que prestamos actualmente, adicionalmente nos encontramos en procesos de capacitación y desarrollo de la nueva normativa contable que entra en vigencia para las sociedades NIIFs.

Cualquier inquietud estaremos gustosos de ampliarla o discutirla.

Saludos cordiales,

Víctor Ruiz

Gerente General

Av. 10 de Agosto N37-288 y Villalengua

Teléfonos: 2272668 / 2272741 / 2272696 / 2272594

Quito - Ecuador

COMPOSICIÓN DE LOS PRINCIPALES MIEMBROS DE LA FIRMA

Nombre y título	Cargo	Experiencia expresada en años
Victor Hugo Ruiz Núñez Realizando tesis de maestria en tributación Especialista en Tributación Egresado de Ingenieria Comercial Licenciado en contabilidad y auditoria	Gerente General / Socio	22 años
Diego Francisco Villagómez Chávez Ingeniero Comercial Licenciado en contabilidad y auditoria	Gerente de Consultoria	18 años
Fabricio Peña Carrasco Doctor en derecho	Gerente Legal	7 años
Stalin Roberto Quezada Valencia Doctor en contabilidad y auditoria Licenciado en contabilidad y auditoria	Gerente Contable / Socio	12 años
Jessica de Lourdes Vega Dalgo Contadora	Gerente de Auditoria	17 años
Felipe Acosta Ingeniero Comercial	Contador	6 años
Wilmer Córdor Realizando tesis de maestria en tributación Especialista en Tributación Doctor en contabilidad y auditoria	Gerente de Auditoria	15 años
Jimena Polanco Especialista en Tributación Ingeniera Comercial	Gerente Contable / Socio	6 años

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA PARA LA EJECUCIÓN DEL TRABAJO

Nuestros servicios profesionales se adaptan a las necesidades específicas de cada uno de nuestros clientes, basados en el principio de que ninguno de ellos tiene problemas financieros, de contabilidad y de control interno idénticos.

Creemos que estamos obligados a tener una total comprensión de las operaciones de nuestro cliente, usar este conocimiento al efectuar el trabajo y poner en juego todos los recursos para ayudarlo a identificar y resolver sus problemas de negocios.

El conocimiento y dominio de las operaciones y negocios de la Compañía que desarrollaremos durante los proyectos, será utilizado para proporcionar un apoyo profesional más allá de la emisión del informe. Estaremos alerta para que, en base a nuestro conocimiento de los resultados de las operaciones, políticas de contabilidad, procedimientos de control interno, sistemas automatizados, estructuras de organización, etc., podamos traer a su atención una amplia gama de competencia profesional y experiencia que permita que nuestra actuación se desarrolle desde el punto de vista de hombres de negocios.

Nuestro campo de servicios se encuentra distribuido en diferentes áreas, así tenemos:

Unidad de consultoría:

1. Reingeniería de procesos
2. Costeo basado en actividades (ABC)
3. Análisis de riesgos de crédito
4. Soporte administrativo y contable
5. Planificación tributaria
6. Seminarios y charlas dirigidas

Unidad de outsourcing:

1. Diseño de control interno
2. Auditoría interna
3. Procesamiento de información contable
4. Colocación temporal de personal
5. Administración de nómina
6. Administración de cartera
7. Administración y control de activos fijos

Unidad de proyectos:

1. Diagnóstico financiero
2. Alianzas estratégicas
3. Investigación de mercado
4. Control presupuestario

Unidad de auditoría:

1. Informes de auditoría para compañías bajo el control de Superintendencia de Compañías
2. Revisiones especiales
3. Informes de comisario
4. Evaluación de procesos y políticas

5. Elaboración de manuales de procedimientos

REFERENCIAS SOBRE LA EXPERIENCIA DE LA FIRMA

A continuación reseñamos algunos de nuestros clientes en los que nos encontramos prestando servicios.

<u>Servicios contables y de asesoría</u>	<u>Actividad</u>
AIG METROPOLITANA COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Compañía de seguros
COBREIMPORT S.A.	Comercial
CONSERVATORIO GEORGE GERSHWIN	Conservatorio
DISMODAS CIA. LTDA.	Confección uniformes
FATOSLA C.A.	Comercializadora vehículos
INTEGRASECURITY CIA LTDA.	Seguridad
JARDIN MONTESSORI	Jardín
LATINOAMERICANA DE SISTEMAS CIA LTDA	Sistemas
LEGAL & TRUST CIA. LTDA.	Servicios
ORIFLAME DEL ECUADOR	Comercial
PRIPORT PRIMA PORTA CIA. LTDA.	Decoración
ROSE SUCCESS CIA LTDA	Florícola
SHEPARD S.A.	Comercializadora vehículos
SLEGTEN ANDINO S.A.	Minera
SOUTH INSURANCE CIA. LTDA. AGENCIA	Broker de seguros
SUPERMAQUINAS S.A.	Comercializadora maquinaria
TEAM SOURCING CIA. LTDA.	Sistemas
VIAJES GARZA TOURS CIA. LTDA.	Agencia de viajes
WORLD CLAIMS CIA. LTDA.	Ajustador de siniestros
VARITRANSA CIA LTDA	Transporte
BRZGROUP S.A.	Alimentación
HOSTELERIA SAN AUGUSTIN DE CALLO CIA LTDA HOSACSA	Hostal
PANIJU S.A.	Comercializadora medicamentos
NOVOACABADOS CIA LTDA	Comercial

Servicios de auditoria**Actividad**

AMERICAN INERNATIONAL UNDERWRITERS DEL ECUADOR S.A.	Comercial
CONDEPROHO S.A.	Inmobiliaria
CULTIVOS VARIOS S.A. CULVARSA	Florícola
ELIOP S.A.	Comercial
INMOBILIARIA ENTREPINOS ENTREPIN S.A.	Inmobiliaria
NOVACARGO S.A.	Agencia de Carga
PRODUCTORA AGROINDUSTRIAL PICHICNCHA AGROPICHINCHA S.A.	Inmobiliaria
RAFAEL ACERO CIA LTDA	Comercial
ROSEPLUS S.A.	Florícola
SOLVENZA SOLUCIONES INTEGRALES CIA LTDA	Inmobiliaria
FONDO DE JUBILACION PATRONAL ESPECIAL DEL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	Fondo
JAYCO CIA LTDA	Comercial
INDUSTRIAS METALICAS GORDON CIA LTDA	Metalúrgica

ACCOUNT SYSTEMS

Me es grato poner a vuestra disposición los Servicios de:

Tercerización Contable, Declaraciones de impuestos, Elaboración y Envío de Anexos al Servicio de Rentas Internas, Asesoría y Trámite para Reclamos por Pago Indebido y en Exceso, Declaraciones Patrimoniales, Evaluaciones de Control Interno, Asesoría Laboral, Auditorías Contables, Auditorías Tributarias, Exámenes Especiales a Cuentas.

Gustoso estaré para solventarle cualquier inquietud que tenga sobre los servicios que ofrecemos.

Lcdo. Eduardo López
Contador Experto Tributario
ACCOUNT SYSTEMS
Av. América 1034 y Bolivia
022507385 099424122

PAZ HOROWITZ, Abogados

Nuestra oficina presta servicios de asesoría tributaria, para poder presentarle una propuesta formal necesitamos conocer cual es su requerimiento puntual.

En la mayoría de estos casos nuestras tarifas son facturadas por hora efectiva de trabajo. La hora de trabajo va desde US \$ 180 a US \$ 100 dependiendo del abogado a cargo de su caso.

Quedamos pendientes de sus comentarios.

Saludos,

Saludos,

Paola Gachet

Whymper 1105 y Diego de Almagro
Edificio Tempo
Tels: (593) 2222 2057 / 2256 1410
Faxes: (593) 2250 1902 / 2222 2058
E-mail: pgachet@pazhorowitz.com
P.O. Box 17-21-1533
Web: www.pazhorowitz.com



ADVICE Asesores, una firma de asesoría legal (societaria, laboral), tributaria y en precios de transferencia, aliada a BDO International - una red mundial de firmas de contadores públicos y consultores, llamadas Firmas Miembro BDO. Su matriz está constituida en Holanda.

Nuestra Firma está conformada por un equipo multidisciplinario de profesionales en Quito y Guayaquil, que sirve a clientes locales y multinacionales.

- Asesoramiento personal, eficaz y oportuno, basado en el análisis específico de cada consulta.
- Actualización tributaria permanente sobre los cambios y reformas legales y fiscales que afectan, directa o indirectamente, sus operaciones.
- Revisión de la declaración del Impuesto a la Renta de la compañía, mediante pruebas aleatorias, globales y cruces de información con otras obligaciones tributarias presentadas (*IVA, retenciones en la fuente, anexos transaccionales*).

Saludos cordiales,
Eduardo Almeida
Gerente de Operaciones
ealmeida@advice.com.ec

Quito
Av. Amazonas N21-252 y Carrión
Edificio Londres - Piso 6
Telfs. (593) 2 256-2298 / (593) 2 256-2412
Fax: (593) 2 222-3671
Extensión: 2505



fi La excelencia en el servicio así como el íntimo compromiso de TAX RETURN y sus integrantes con el cliente son la esencia de nuestro esfuerzo y dedicación.

Mantenimiento de la contabilidad del establecimiento. Recogemos sus facturas mensualmente para de esta manera llevar sus libros contables al día.

fi Análisis de documentación soporte entregada por el cliente, a efectos de verificar que los comprobantes de venta cumplan con lo establecido en el Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención.

fi Declaración de impuestos mensualmente, trimestralmente o semestralmente dependiendo del RUC del contribuyente.

fi Envío mensual vía mail de un informe de los ingresos registrados en el mes, así como de los gastos incurridos.

fi Análisis de gastos por concepto: Alimentación, vestimenta, salud, educación, otros aplicables para deducción en el caso de profesionales.

fi Reuniones trimestrales (o como sea requerido por cada cliente) con el cliente con el propósito de aclarar dudas y ofrecerles un detalle del estado de su contabilidad de ingresos y egresos.

fi Contestación de consultas vía mail con el respaldo de artículos basados en la normativa legal vigente según corresponda (v.g. laboral, tributaria, comercial, etc.)

Detalle del costo

fi El costo mensual estará fijado de acorde con el movimiento transaccional del cliente, tomando en cuenta como parámetros las facturas de ingresos así como también sus facturas por gastos personales: incluye Contabilidad de ingresos y egresos, preparación de la declaración de impuesto a la renta anual, declaraciones de impuestos mensuales y/o semestrales de IVA, y consultas generales.

Adicionalmente cubriríamos cualquier futuro requerimiento del SRI, que se encuentre dentro de los lineamientos propuestos previamente.

Av. 6 de Diciembre N33- 256 y Av. Eloy Alfaro,
Edificio Catamayo PB of 9
PBX (593-2) 2261644
Quito-Ecuador

TAX RETURN, más que un servicio, un herramienta para mejorar tu negocio



Implementación de sistemas informáticos, Implantación de Soluciones
 Asesoramientos tributarios, laborales, societarios, contables
 Fco Llangarima N59-51 y Av Tufiño - Telf. 02-604-1340 Cel. 087050018 / 099254558
www.corppm.com
 E-mail: consuelopaz@corppm.com fabianpaz@corppm.com

La presente tiene como objetivo poner en su consideración los servicios que la CORPORACION PM, brinda a sus clientes”.

Esta propuesta esta enfocada a contribuir con el desarrollo empresarial de nuestros clientes, transformándonos en su eje y motor de funciones administrativas y operativas, para la cual contamos con la experiencia, tecnología apropiada y recurso humano de alto nivel profesional.

Con este apoyo, estamos seguros que su empresa o negocio orientara sus esfuerzos en las tareas más productivas que su actividad demanden.

En espera de poder ser parte de su éxito,

Atentamente,

Consuelo Paz Mazón
CORPPM

NUESTROS SERVICIOS

1. ASESORIA FINANCIERA, TRIBUTARIA Y LABORAL

CORPPM TAXES, Cuenta con profesionales especializados y con mas de 25 años de experiencia en el área contable, tributaria, laboral, administrativa. Nuestro Contador principal, se ha desempeñado también en el área administrativa y gerencial ocupando cargos de Gerente, y Administrador de importantes empresas ecuatorianas. Nuestro equipo de trabajo está en la capacidad de atender sus necesidades contables y laborables en el lugar donde se requiera.

Nuestra consultoría y asesoría se centra en los siguientes ámbitos.

- Manejo de contabilidades y registros contables.
- Preparacion de estados financieros.

- Evaluación de procesos contables.
 - Conciliaciones Bancarias.
 - Manejo de Proveedores.
 - Cuentas por cobrar.
 - Cumplimiento de obligaciones tributarias.
 - Declaración de impuestos.
 - Devolución de impuestos.
 - Anexos transaccionales.
 - Declaración Patrimonial
 - Elaboración de roles y pago de nomina.
 - Control de inventarios.
 - Administración y control financiero.
 - Auditorías Internas-Externas.
- **CONSULTORIA EN ELABORACION DE NOMINA**
Conducción del proceso de roles de pago, pagos periódicos, manejo de contribuciones sociales, liquidaciones de beneficios, etc.

El cliente no perderá el poder decisión en materia de gestión de l personal, a su vez le permite una mayor flexibilidad en el manejo con su personal, pudiendo variar el volumen de sus recursos humanos de acuerdo a sus necesidades.

PROCESO

- ❖ Asesoramiento y / o elaboración de contratos del personal bajo la responsabilidad del cliente.
- ❖ Asesoramiento y / o manejo de la aportación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- ❖ Pagos al personal a través de transferencia bancaria y / o cheques.
- ❖ Asesoramiento y / o pagos a terceros (proveedores).
- ❖ Administración de Seguros personales de vida y accidentes.
- ❖ Asesoría en asuntos de remuneraciones legales laborales.
- ❖ Mantener una relación directa con el funcionario que el cliente disponga para la atención de los trabajadores.
- ❖ Asesoría en la recuperación y entrega de la información para procesar el rol de pagos.
- ❖ Atender todas las inquietudes del personal sobre: sueldos, afiliaciones al IESS, honorarios de trabajo, beneficios y obligaciones laborales.

2. IMPLEMENTACION DE SISTEMAS INFORMATICOS, IMPLANTACION DE SOLUCIONES

CORPPM TECHNOLOGY, cuenta con Ingenieros expertos en el campo de la informática. Technology corppm.com como socio estratégico del cliente ofrece varios servicios desde el mejoramiento de su infraestructura hasta el mejoramiento de procesos.

DESARROLLO A MEDIDA

Este servicio se refiere a desarrollo de soluciones informáticas no tradicionales enfocadas a resolver problemas de gestión, administración y mejoramiento de procesos. Usamos la tecnología y tendencias de punta para implementar dichas soluciones siempre teniendo en cuenta la retroalimentación de los sistemas informáticos y las necesidades de globalización del mercado.

Contamos con equipo de experiencia de 10 años en construcciones similares y la certeza de utilización de herramientas libres de uso como Linux, Java, PHP, Tomcat, Glassfish, MySQL, etc.

Participamos como desarrollador directo del proyecto, colaborador del equipo de trabajo del cliente o en forma de consultoría definiendo la planificación, alcance y arquitectura del proyecto.

IMPLANTACION DE SOLUCIONES

Nuestro cliente necesita de soluciones tradicionales para su funcionamiento o para potenciar el mismo, nosotros ofrecemos asesoría e implantación de soluciones orientadas servicios ERP, POS, CMS, FOROS, HOSTING, MAIL, etc.

Tenemos experiencia en uso de herramientas como Joomla, Openbravo, mvnforum, Google Apps, etc, que con licencia libre permiten al cliente automatizar su administración y sus procesos más comunes.

INFRAESTRUTURA

Ofrecemos servicios de instalación y configuración de redes LAN para nuestros clientes para que accedan de forma ordenada y administrada a servicios como:

- FTP
- Internet
- Mail
- Servidores de archivos
- Antivirus
- Respaldos
- Seguridad

Basados en la arquitectura Windows, Linux o combinadas fortalecemos a nuestros clientes de una administración correcta y segura de su recurso mas importante "La información".

CAPACITACION

Contamos con un plan de capacitación acerca de uso y implementación de tecnologías como:

- JDK
- J2EE
- Hibernate
- GWT

- Javascript
- Spring
- Joomla,
- Google Apps, etc.

Base del desarrollo de soluciones y soporte de aplicaciones informáticas.

NUESTROS CLIENTES

- Radio Marañon – Ligia Wilches
- WPS S.A.
- KDT Forza Cia. Ltda
- ElecServitec S.A
- RHED Cia. Ltda.
- IGM Cia. Ltda
- Champion Hiuk Cia. Ltda
- EDalmata
- Junior Achievement Ecuador
- Fideicomiso Ecuatoriano-Canadiense

INVERSION DEL SERVICIO

El valor y la forma de pago por la inversión de nuestros servicios acordamos con nuestros clientes de acuerdo al volumen de trabajo y a sus necesidades.

ANEXO No. 2

COMPAÑÍAS ANONIMAS

Requisitos:

1.2.1 Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6, sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas.

1.2.2 Forma de constitución

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

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

1-2-3. Accionistas

1.2.3.1. Capacidad: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

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

1.2.3. Capital

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

Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo **objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional**, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas (Dieciséis mil dólares de los Estados Unidos de América), , según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R. O. 379 de 8 de agosto de 1998.

Así también, si se desea constituir una compañía **de salud y medicina prepagada**, conforme lo dispone el artículo 4 de la Ley que regula el funcionamiento de las Empresas Privadas de Salud y Medicina Prepagada, publicada en el R. O. 12, del 26 de agosto de 1998, deberán ser sociedades anónimas, nacionales o extranjeras. Su objeto social será el financiamiento de los servicios de salud y medicina y tendrá un capital pagado mínimo de ochenta

mil (80,000) UVC`S (doscientos diez mil trescientos doce dólares de los Estados Unidos de América.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el aporte y transferías de dominio de bienes tangibles e intangibles, así como aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal descritos en la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

1.2.3.2. Acciones.- La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley

AUMENTOS DE CAPITAL Y OTROS ACTOS SOCIETARIOS POSTERIORES

1.6. AUMENTOS DE CAPITAL Y OTROS ACTOS SOCIETARIOS POSTERIORES

Requisitos:

1.6.1 Al otorgamiento de la escritura pública de cualquiera de los actos señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías: establecimiento de sucursal, aumento o disminución de capital, prórroga de plazo de duración, transformación, fusión, escisión, cambio de nombre o de domicilio, convalidación, reactivación de la compañía en proceso de liquidación y disolución anticipada, así como todos los convenios y resoluciones que alteren las cláusulas que se registren y publiquen, que reduzcan la duración de la compañía o excluyan a alguno de sus miembros, deben comparecer el o los representantes legales que, en cada caso, señale el estatuto respectivo.

1.6.2 Se presentará en la Superintendencia de Compañías tres copias certificadas de la escritura que contenga el acta de junta general en que aparezcan las bases de la operación, esto es, del aumento de capital u otro u otros actos societarios previstos en el

Art. 33 de la Ley de Compañías y la consiguiente reforma del estatuto, ya sea de acuerdo con el Art. 140 de la Ley de Compañías, si la sociedad es de responsabilidad limitada, o ya de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 183 de la misma Ley, si la compañía es anónima, o en fin, de conformidad con este último artículo y el artículo 312 de la Ley de Compañías, si se trata de una de economía mixta.

1.6.3 En todo trámite de aumento de capital o de cualquier otro acto societario posterior previsto en el Art. 33 de la Ley de Compañías y que tenga incidencia en el capital o en el patrimonio social, se tomará en cuenta lo dispuesto en la Resolución No. 00.Q.IJ.008, publicada en el R.O. 69 de 3 de mayo del 2000, que contiene las normas de aplicación de las reformas a la Ley de Compañías, introducidas en la Ley para la Transformación Económica del Ecuador.

1.6.4 Si la compañía que estuviere en el caso de aumentar su capital o implementar un acto cualquiera de los señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías, se hallare sujeta al control total de esta Superintendencia, la exactitud de los rubros del incremento de capital será verificada mediante una inspección, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 93.1.1.3.011 de 27 de agosto de 1993, publicada en el R. O. 269 de 6 de septiembre del mismo año.

Si la compañía que aumenta el capital estuviere sometida al control parcial de la

Entidad, corresponde a su representante legal declarar, bajo juramento, que la suscripción e integración del capital materia del aumento son correctas. Así lo exige el Art. 11 de la Resolución citada en el párrafo anterior.

Para la aprobación de todos los actos determinados en el artículo 33 de la Ley de

Compañías, todas las compañías deben estar día en el cumplimiento de sus obligaciones para con la Superintendencia de Compañías (Artículos 20 y 449 de la Ley de Compañías).

1.6.5. El aumento de capital suscrito dentro del cupo autorizado será resuelto por la

Junta de Accionistas, y en cuanto a su trámite se estará a lo dispuesto en el Capítulo III del Reglamento de Aumento del Capital Suscrito dentro del Autorizado en las Compañías Anónimas y de Economía Mixta contenido en la Resolución No. 99.1.1.3.06 de 2 de agosto de 1999, publicada en la R. O. 252 de 11 de los mismos mes y año, reformada mediante Resolución No.00.Q. IJ.006 de 17 de abril del 2000, publicada en el

R. O. 65 de 26 de abril del 2000.

1.6.6 Si la junta general de una compañía acordare modificaciones en el objeto social, se estará a lo señalado en los numerales 1.1.5.1, 1.1.5.2 y 1.1.5.3 de este instructivo para todo cuanto se refiera al informe previo favorable, al tener objeto exclusivo, a capitales mínimos así como a la inversión constante en el numeral 1.1.6.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA ANÓNIMA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura.....(María Teresa Coyago Pichucho de nacionalidad Ecuatoriana, Estado Civil Casada, con domicilio Calle el Vergel D1 S13 y Calle J , Carapungo Cuarta Etapa y Jazmina Alejandra Pazmiño Freire de Estado Civil Soltera de nacionalidad Ecuatoriana con domicilio en la Calle Vicente León 6-41 y Don Bosco. *La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario).*

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, por la vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Comercio, a los convenios de las parte y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO 1

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es Asercontri

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es.....(*Cantón Quito Parroquia San Blas, Calle Don Bosco E4-29 y Vicente León.* Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.- el objeto de la compañía consiste en.....(*Para el señalamiento de las actividades que conformen el objeto se tendrá en cuenta lo dispuesto en el numeral 3º del Artículo 150. Para la obtención de uno o más informes previos favorables por parte de organismos públicos, ofrece una guía el folleto "Instructivo para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías", que puede solicitar en esta Institución).*

En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de.....(*se expresará en años*), contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del capital

Artículo 5º.- Capital y de las acciones.- El capital social es de...*(veinti tres mil ciento treinta con cinco centavos aquí, dividido en... (aquí el número de acciones en que se fraccione el capital) acciones ordinarias y nominativas, de (aquí el valor de cada acción, que será de un dólar o múltiplos de un dólar) de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del.... al..... (Se podría redactar este artículo dividiendo las acciones por series, de modo que en cada una de ellas, sin desatender la norma sobre el valor nominal, tengan las acciones correspondientes a cada serie un determinado importe).*

TITULO III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8º.- Clases de juntas.- Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2º, 3º y 4º del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9º.- Quórum general de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de accionistas presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

Artículo 10º.- Quórum especial de instalación.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución de capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia de al menos el 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado.

Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14º.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período.... *(puede oscilar entre uno y cinco años)*, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 15º.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período.....*(puede oscilar entre uno y cinco años)*, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV DE LA FISCALIZACIÓN

Artículo 16º.- Comisarios.- La junta general designará....*(aquí el número de comisarios que nombre)*, cada....*(aquí el número de años que comprendan el período para el que se nombre al o a los comisarios)*, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

TITULO V

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 17º.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

CUARTA.- APORTES.- Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 150, numeral 6º, en cualquier caso, 147, inciso 5º, y 161, si el aporte fuere en numerario y 162, si fuere en especies. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, éste no podrá exceder de dos años contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

Nombres accionistas	Capital suscrito	Capital pagado (debe cubrir al menos el 25% de cada acción)	Capital por pagar (el saldo deberá pagarse en 2 años máximo)	Número de Acciones	Capital Total
	Numerario (dinero)	Especies (muebles, inmuebles o intangibles)			
1.					
2.					
....					
TOTALES:					

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para Los períodos señalados en los artículos 14º y 15º del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al (o a la) señor (o señora)...y como gerente de la misma al (o a la)señor (o señora)..., respectivamente. Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

ANEXO No. 3



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
TECNOLOGÍA EN FINANZAS
QUITO – ECUADOR

**ENCUESTA
PROYECTO DE PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE Y
TRIBUTARIA**

Nombre del encuestado: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____
Fecha de la Encuesta: _____
Sector/Ciudad: _____

Estimado/a:

Ante todo le agradecemos la atención de dedicarnos estos minutos de su valioso tiempo, deseamos sobremanera que esta encuesta nos permita obtener su valioso aporte, y criterio para este proyecto.

Por favor ESCUCHE detenidamente y seleccione las opciones que considere.

¡Excelente día!

1. Qué actividad económica realiza?

2. ¿Su empresa es persona?

Natural

Jurídica

3. Se encuentra su actividad económica registrada en el (RUC)?

SI

NO

4. En caso de no tener RUC. Le gustaría legalizar su empresa

SI

NO

5. Está su empresa obligada a llevar contabilidad?

SI

NO

6. ¿De cuánto es el monto que factura por mes?

\$ 100 a \$ 15.000

\$ 30.000 a \$ 45.000

\$ 15.000 a \$ 30.000 \$ 45.000 en adelante
 Ninguna de las anteriores

7. ¿Lleva un registro de sus ingresos y egresos?

SI

NO

8. Le gustaría que le lleven la contabilidad?

SI

NO

9. ¿QUÉ SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS DESEARÍA
 TERCIALIZAR?

CONTABLES

TRIBUTARIOS

Inicio de contabilidades

Anexos transaccionales

Actualización de contabilidad

Anexos retención

Implementación de procesos

Anexos relación dependencia

Llevar la contabilidad

Anexos gastos personales

Declaración patrimonial

Iva, retención fuente

Declaración impuesto renta

Devolución IVA

Devolución Impuesto Renta

Trámites SRI

10. Tiene o ha tenido problemas con su declaración y pago de sus
 impuestos?

SI

NO

11. Algún momento ha sido sancionado por el SRI ?

- Impedimento para imprimir documentos autorizados

- Pago y declaración

- Entrega de Información

12. ¿Ha tenido o tiene problemas con la organización de la información
 contable de de su empresa?

Si

NO

13. Ha llenado al apuro un formulario, colocando cualquier tipo de
 información sin tener sustento

SI

NO

14. ¿Considera que sus registros contables tienen el orden y manejo adecuados?, ¿Son de fácil entendimiento?

SI

NO

15. Sus registros contables los lleva en forma.

Manual

Electrónica (sistema contable)

16. ¿Cuenta con profesional especializado para el manejo de sus registros contables?

SI

NO

17. Está satisfecho con su asesoría?

SI

NO

18. ¿Contrataría una persona experta para realizar este trabajo?

SI

NO

19. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar?

\$ 100

\$ 300

\$ 200

\$ 400

20. ¿Qué medios utiliza para realizar la declaración y pago de impuestos?

Electrónico

Manual

21. ¿Le resulta abrumador realizar tramites en el SRI?

Si

NO

22. Tiene planes de cambiar la personería jurídica a corto plazo?

SI

NO

23. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por constituir su empresa en persona jurídica?

\$ 100

\$ 300

\$ 200

\$ 400

24. ¿Considera que planear anualmente estrategias tributarias le ayudarían?

SI

NO

ANEXO No. 4

INICIO

EMPRESA

SERVICIOS

MIEMBROS

CONTACTO

Viernes 07 de Enero de 2011

PREPARACIÓN DE EXPEDIENTES ANTE ENTIDADES BANCARIAS

Preparación
de informes
económicos
de la
empresa



PRESENTACION DE SERVICIOS CONTABLES Y TRIBUTARIOS

La Organización, con el fin de brindar mayores facilidades a sus asociados ha puesto en funcionamiento, a través de **ASERCONTRI S.A.** servicios de asesoramiento tributarios y contables que incluyen lo siguiente:

- Asesoría Tributaria y Contable
- Declaraciones IVA para personas naturales y sociedades
- Declaración de Retención en la Fuente sociedades.
- Declaraciones Impuesto a la Renta personas naturales y jurídicas.
- Declaración Patrimonial.
- Anexos de Gastos Personales
- Devolución de Impuesto a la Renta.
- Trámites con el SRI como actualización del RUC o inclusión en la lista blanca.
- Implementación de sistema contable y control interno

Siguiente



Ponemos a su disposición un selecto grupo de profesionales con amplia experiencia en las áreas legal y tributaria, así como de planificación contable.



Elaboración y legalización de los libros Oficiales de Contabilidad

Solicite Información sin Compromiso

NOMBRE:

APELLIDO:

E-MAIL:

MENSAJE::

ENVIAR

BORRAR

Para más información:

Dirección: Ríos y Don Bosco E4-29
Móvil: 087789179 / 095773016 / Oficina: 3161-053
e-mail: asercontrilibertadfinanciera@yahoo.es
Quito - Ecuador

LA EMPRESA



ASESCONTRI es una empresa que contribuye con sus conocimientos actualizados y profesionalismo para que los pequeños y medianos negocios tomen decisiones tendientes a la excelencia, a través de la información verás, transparente y oportuna de la contabilidad.

MISION













Brindar asesoría Contable y Tributaria de excelente calidad, con seriedad, responsabilidad y honradez a los pequeños y medianos negocios en el sector Centro de la ciudad del Distrito Metropolitano de Quito, contando con personal altamente capacitado, para que nuestros clientes puedan alcanzar altos niveles de competitividad.

VISION



Ser para el año 2013 la Organización de asesoría, consultoría y líder en las ciudades de Quito D. M., Guayaquil, Cuenca y Manta, contando con más áreas de servicio, promoviendo el desarrollo a largo plazo de los pequeños y

<p style="text-align: center;">SERVICIOS CONTABLES Y TRIBUTARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de sistema contable y control interno • Elaboración de Procedimientos Contables • Validación y registro de operaciones • Emisión de Balances • Impuestos Municipales y Fiscales • Informes Superintendencia de Compañías • Anexos SRI 	<p style="text-align: center;">SERVICIOS ADICIONALES</p> <p style="text-align: center;">Tramites SRI Tramites Ministerio de Trabajo Tramites IESS Asesoría Contable Y Tributaria</p> 	 <p style="text-align: center;">ASERCONTRI</p> <p style="text-align: center;">ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA</p>
--	---	---

<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>
<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>
<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>
<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>
<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>	<p>¡BUSCA LIBERTAD FINANCIERA!</p> <p>Asesoría Contable Y Tributaria</p>

<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>	<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>
<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>	<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>
<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>	<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>
<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>	<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>
<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>	<p>¡BUSCA TU LIBERTAD FINANCIERA!</p>  <p>Asesoría Contable y Tributaria</p> <p>ASESORÍA: Mónica Torres de López Licenciada en Contaduría</p> <p>Dos Escoff 429 y Vista de Lago Teléfono cc 5181-033 06 776 9179</p> <p>www.ase.com.ve</p>



ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA



ASERCONTRI es una empresa que contribuye con sus conocimientos actualizados y profesionalismo para que los pequeños y medianos negocios tomen decisiones tendientes a la excelencia, a través de la información veraz, transparente y oportuna de la contabilidad

Servicios contables y tributarios

Implementación sistema contable y control interno
Elaboración de procedimientos contables
Validación y registro de operaciones
Emisión de Balances



Impuestos municipales y fiscales
Informes Superintendencia de compañías
Anexos SRI

Servicios adicionales

Trámites SRI
Trámites Ministerio de Trabajo
Trámites IESS
Asesoría tributaria y contable



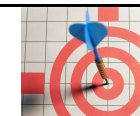
No es suficiente tener información contable, hay que saber interpretarla y orientarla

INFORMACIÓN

Telf: 3161053 Celular: 087789179 / 095773016



ASESORIA CONTABLE Y TRIBUTARIA



ASERCONTRI es una empresa que contribuye con sus conocimientos actualizados y profesionalismo para que los pequeños y medianos negocios tomen decisiones tendientes a la excelencia, a través de la información veraz, transparente y oportuna de la contabilidad

Servicios contables y tributarios

Implementación sistema contable y control interno
Elaboración de procedimientos contables
Validación y registro de operaciones
Emisión de Balances



Impuestos municipales y fiscales
Informes Superintendencia de compañías
Anexos SRI

Servicios adicionales

Trámites SRI
Trámites Ministerio de Trabajo
Trámites IESS
Asesoría tributaria y contable



No es suficiente tener información contable, hay que saber interpretarla y orientarla

INFORMACIÓN

Telf: 3161053 Celular: 087789179 / 095773016

