



BOLIVARIANO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BOLIVARIANO

CARRERA:

CONTABILIDAD TRIBUTARIA

*Plan de Negocios para la Creación de la microempresa GMV
ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA*

PLAN DE NOGOCIOS PREVIO LA
OBTENCION DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD

AUTORA:

Gardenia Cecibel Mendoza Granda

DIRECTOR:

Ing. Edizon Urdiales Quezada

***LOJA-ECUADOR
2018***

DEDICATORIA

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar

Dedico este Trabajo 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 han sido mi impulso más grande para salir adelante

Gardenia Cecibel Mendoza Granda

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por haberme guiado en cada uno de mis pasos, ya que ha sido, El quien me bendecido con unos maravillosos padres, porque todo lo que soy se lo debo a ellos gracias por sus enseñanzas, por ser un ejemplo, por creer en mí, por apoyarme por estar siempre a mi lado, por ser mis amigos y sobretodo, gracias por brindarme todo su amor.

A mi Esposo que siempre me apoyo en cada momento, y todas las personas que con sus consejos me ayudaron a salir adelante.

Al Instituto Tecnológico Bolivariano mi mayor reconocimiento profundo.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, y en especial a la Dra. Tamara Samaniego Luna e Ing. Patricia Samaniego Luna por cada uno de sus consejos y motivaciones.

De manera especial al Ing. Edizon Urdiales Quezada que tuvo paciencia y dedicatoria para dirigir mí trabajo, permitiendo de este modo cumplir con éxito mis objetivos establecidos en la investigación.

La Autora.

ÍNDICE

Contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN	vii
1. RESUMEN EJECUTIVO.....	1
2. EVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	4
1. NOMBRE DE LA EMPRESA	9
2. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	10
3. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DEL ENTORNO	10
3.1. Análisis del Sector Productivo	10
3.2. Análisis del Macroambiente.....	16
5.2.1. Aspectos Económicos	16
5.2.2. Aspectos Demográficos	19
5.2.3. Aspectos Políticos.....	20
5.2.4. Aspectos Legales	20
5.2.5. Aspectos Socioeconómicos.....	22
5.3. Análisis del Microambiente o sector	24
5.3.1. La entrada de nuevos competidores:.....	25
5.3.2. La amenaza de sustitutos:	26
5.3.3. El poder de negociación de los compradores:.....	26
5.3.4. El poder de negociación de los proveedores:.....	26
5.3.5. La rivalidad entre los competidores existentes:	27
6. Análisis FODA.....	28
7. Mercadeo o Marketing.....	31
7.1. Objetivos:	31
7.2. Segmento de Mercado.....	32
7.3. Cálculo de la Muestra.....	33
7.4. ENCUESTAS APLICADA.....	34
7.5. Análisis de la Of.....	46

7.6.	Demanda.....	48
7.6.1.	Balance Oferta / Demanda.....	49
7.6.	Estrategias de los competidores	50
7.7.	Marketing Mix.....	51
7.7.1.	Imagen de la Empresa.....	52
7.7.2.	Producto o Servicio.....	53
7.7.3.	Precio de Venta y Cantidad de Ventas.....	53
7.6.3.	Diferenciación de Precios.....	54
7.6.4.	Estrategia De Precios	55
7.6.5.	Distribución.....	55
7.6.6.	Ubicación	55
7.6.7.	Promoción y Publicidad.....	58
7.6.8.	Estrategia De Publicidad.....	58
7.6.9.	Estrategias de Promoción.....	59
7.6.10.	Post Venta	59
7.6.11.	Estrategias del Negocio.....	60
8.	Filosofía Empresarial	61
8.1.	Misión.....	61
8.2.	Visión	61
8.3.	Valores	61
9.	Recursos Humanos y Legales	62
9.1.	Recursos Humanos.....	62
9.2.	Funciones	62
9.3.	Organigrama Funcional.....	63
10.	Legalización Del Negocio.....	64
11.	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES.....	66
11.1.	Recursos o Insumos Necesarios	66
11.2.	Descripción del proceso.....	66
11.3.	Diagrama de procesos.....	71
11.4.	Distribución de Planta	73
12.	RECURSOS MATERIALES Y ECONÓMICOS	75
12.1.	INVERSIONES	75
12.2.	CRÉDITO PARA LA INVERSIÓN	77
12.3.	Costos	78

12.3.1.	Costos Fijos	79
12.3.2.	COSTOS VARIABLES	81
12.4.	Precio	82
12.5.	Punto de Equilibrio (Calcule el punto de equilibrio y analice)	83
12.6.	Estructura de Costos Anuales	85
12.6.1.	Costos Proyectados	86
12.8.	INGRESOS.....	87
12.8.1.	Ingresos Proyectados.....	89
ESTADO DE RESULTADOS		89
12.9.	BALANCE GENERAL.....	90
12.10.	FLUJO DE CAJA.....	93
12.11.	Indicadores Financieros Privados (VAN y TIR)	94
12.11.1.	Valor Actual Neto	95
12.11.2.	Tasa Interna de Retorno	96
12.12.	Periodo de Recuperación del Capital.....	98
BIBLIOGRAFÍA		101

RESUMEN

El plan de negocios que se presenta, se basa en la idea de crear una microempresa que ofrezca servicios de asesoría contable y tributaria en la Parroquia de Vilcabamba, considerando que es aquí donde reside el autor de este trabajo. Esta idea también busca tener una cobertura hacia las parroquias cercanas a Vilcabamba y que según las encuestas iniciales, no cuentan con un suministro constante y permanente del servicio mencionado.

Dentro de este Plan de Negocios se realiza una introducción al tipo de servicios que serán analizados para definir el giro comercial, al principio se evaluará el nombre comercial y ese es un aspecto muy importante ya que es la marca con la que se ingresará al mercado.

Luego se incluye un análisis de aspectos del entorno micro y macro, para conocer las características sociales, demográficas, económicas y comerciales, entre otros aspectos del área donde se planifica la actividad y cuáles son las parroquias del cantón de Loja en el sudeste, (5 en total).

Luego de la aplicación de las encuestas, se estimó la demanda potencial del servicio evaluado, considerando también la presencia de la competencia. Se complementa con un análisis del mercado, a través de un Plan de Marketing que ayuda a promover y mejorar el servicio que se implementará con la microempresa.

También incluye la estructura de la empresa, en términos de personas y sus funciones, junto con sus responsabilidades y derechos, necesarios para el correcto funcionamiento.

También se consideró importante analizar las condiciones legales requeridas para que el negocio funcione, y la distribución de sus espacios, junto con el equipo requerido; también incluye el flujo del proceso, para la provisión del servicio de asesoramiento contable e impositivo.

1. RESUMEN EJECUTIVO

El Plan de Negocios que se presenta, parte de la idea de crear una microempresa que ofrezca los servicios de asesoría contable y tributaria en la parroquia Vilcabamba considerando que es allí donde reside la autora del presente trabajo. Esta idea además busca tener una cobertura hacia las parroquias cercanas a Vilcabamba y que según sondeos iniciales, no tienen un abastecimiento constante y permanente del servicio mencionado.

Dentro de este Plan de Negocios se hace una introducción del tipo de servicios que se analizarán para definir el giro del negocio, al principio se evalúa el nombre comercial que tendrá y que es un aspecto muy importante ya que es la marca con la que se ingresará al mercado.

Luego se incluye un análisis de aspectos del micro y macro entorno, para conocer las características sociales, demográficas, económicas, comerciales, entre otros aspectos del área donde se planifica tener actividad y que son parroquias sur orientales del cantón Loja, (5 en total).

Se consideraron datos del VII Censo de Población del año 2010 para identificar el mercado total que se tendrá, tanto en negocios como en número de personas. Este dato permitió tener claridad de aplicación de las fórmulas para levantar encuestas y así hacer un estudio del comportamiento de los usuarios del servicio de Asesoría Contable y Tributaria.

Luego de la aplicación de las encuestas se estimó la demanda potencial para el servicio evaluado, considerando también la presencia de la competencia. Se complementa con un análisis del mercado, a través de un Plan de Marketing que ayude a promocionar y a potencializar el servicio a implementarse con la micro empresa.

También se incluye la estructura de la empresa, en cuanto a las personas y sus funciones, junto con sus responsabilidades y derechos, necesarios para que haya un funcionamiento adecuado.

También se consideró importante analizar las condiciones legales requeridas para que el negocio funcione, y la distribución de sus espacios, junto con el equipamiento requerido; incluyendo también el flujo del proceso, para la prestación del servicio de asesoría contable y tributaria.

Con este marco de análisis se llegó a determinar valores de inversión, costos, ingresos, flujo de caja y tiempo de recuperación de la inversión con los siguientes valores:

- INVERSIÓN:	\$ 7.470,55
- COSTOS TOTALES:	\$ 34.026,63
o COSTOS FIJOS:	\$ 27.112,43
o COSTOS VARIABLES	\$ 6.914,20
- INGRESOS:	\$ 40.328,49
- PUNTO DE EQUILIBRIO:	\$ 32.722,62

INDICADORES FINANCIEROS

- VALOR ACTUAL NETO	\$ 1.035,29
- TASA INTERNA DE RETORNO	19,333%
- PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN:	2 AÑOS 10 MESES Aprox.

Con estos datos se considera viable implementar el servicio de Asesoría Contable y Tributaria en la parroquia Vilcabamba.

PLAN DE NEGOCIOS



INFORMACIÓN GENERAL:

NOMBRE DE LA EMPRESA: GMV ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA

DIRECCIÓN: José David Toledo y Hatillo

TELÉFONO: 0939857492

E-MAIL: mendoza-gardenia04@hotmail.com

GERENTE: GARDENIA MENDOZA GRANDA

2. EVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La necesidad de elaborar un Plan de Negocios como requisito previo para la obtención del Título de Tecnóloga en Contabilidad Tributaria en el Instituto Tecnológico Superior Bolivariano, involucra identificar necesidades asociadas a los conocimientos adquiridos en los años de estudio dentro de dicha institución de educación superior.

Por ello y buscando oportunidades de negocio, se ha considerado interesante contribuir con los cumplimientos tributarios de las empresas y personas naturales, de la que tenga también actividad en parroquias cercanas como Quinara, Yangana, San Pedro de Vilcabamba y Malacatos., a través de una microempresa especializada en servicios tributarios como son: Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA), Declaración del Impuesto a la Renta, Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta, Anexo de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC). Anexo Transaccional Simplificado (ATS), Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP).

La empresa cumplirá con el acompañamiento a otras pequeñas y medianas empresas ubicadas en las parroquias referidas, en la prestación de servicios de Asesoría Contable y Tributaria, que se ajusten a las exigencias legales que el Servicio de Rentas Internas hace a las empresas y personas naturales económicamente activas en el Ecuador.

La microempresa se presentará como una oficina de asesoría que ofrecerá atención en su propio local y también con el servicio de visitas a domicilio. Se ubicará en una vivienda propia ubicada dentro de la cabecera parroquial de Vilcabamba y según las condiciones del mercado se buscará tener incidencia en el resto de parroquias.

Esta idea busca tener incidencia en los pequeños negocios que aún no tienen una cultura tributaria y que deben de forma obligatoria cumplir con los requerimientos del SRI y que en

muchos casos aún son desconocidos. Adicionalmente la alta presencia de turistas nacionales y extranjeros implica que los negocios de la zona deben respaldar sus transacciones para que a ellos puedan acceder al beneficio de la devolución del IVA y que muchos desconocen..

¿Qué necesidades satisface su idea de negocio?

✓ La posibilidad de atender una necesidad entre los actores económicos de la zona suroriental de Loja, en la elaboración de declaraciones, anexos, pago de impuestos etc., como parte de sus obligaciones tributarias.

✓ También el poder ejercer una aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en la etapa estudiantil y que dichos conocimientos se vayan adecuando a la realidad de las actividades de servicio en materia tributaria, para poder complementar la profesionalización personal.

✓ Otra necesidad es la de realizar una actividad económica que permita generar ingresos económicos a mi persona como directamente interesada en la cristalización de este proyecto.

¿Cuánto cree que el cliente puede pagar por el producto?

✓ Los servicios son puntuales respecto de la normativa contable y tributaria, reconociendo que no seremos la única oficina que preste este tipo de servicios, se piensa que los precios se adecúen a condiciones del mercado, pero considerando una realidad de costos de producción y de rentabilidad esperada, por lo que primeramente se hará un estudio de mercado que arroje los datos sobre precios actuales de la competencia o de la capacidad en la demanda.

Se estima que los precios de algunos de los servicios podrían ser:

- ✓ Declaraciones Impuesto a la Renta: \$ 30,00
- ✓ Declaraciones Impuesto al Valor Agregado: \$ 5,00
- ✓ Anexos Transaccionales: \$ 20,00

¿Qué diferenciación tiene el producto que ofrecerá al cliente?

✓ Este tipo de servicio también lo ofrecen otras personas naturales y empresas, por lo que la base de la diferenciación será tener desde el inicio la concepción de atención personalizada, de alta calidad y que busque siempre la satisfacción total de los clientes, haciendo seguimiento a los mismos para adecuar sobre la marcha la oferta y la gama de servicios a necesidades actuales de los clientes.

¿Es posible conseguir dinero para la puesta en marcha de su idea de negocio?

La decisión de crear esta microempresa se la hace considerando que si hay la posibilidad económica de realizar una inversión con recursos propios, aunque ello dependerá del monto final de la inversión, la que en caso de ser necesario se acudiría a organizaciones financieras que facilitan créditos, los mismos que serán evaluados para definir la carga financiera y el monto a solicitar, entre dichas entidades están la Cooperativa de Ahorro y Crédito CADVIL , etc.

¿Su idea empresarial es pertinente para ponerla en marcha a corto plazo?

✓ Sí, es posible porque no requiere de una gran infraestructura, tampoco de inversiones en maquinaria demasiado costosas, si tener una presencia y permanentemente cumplir con los requisitos legales necesarios.

¿Posee los conocimientos necesarios para el desarrollo de su idea empresarial, cuenta con personal calificado o conoce especialistas en el tema?

✓ La formación académica recibida durante los años de estudio en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano y la experiencia de llevar la contabilidad de algunas personas, además de eventos de aplicación práctica de los conocimientos, me permiten estimar que si se tienen los conocimientos adecuados para desarrollar esta idea de negocio, sumado a la decisión de emprender de una manera sólida en esta actividad económica.

✓ Aunque de ser el caso también se contempla la contratación de una profesional contable para apoyo y asistencia permanente.

¿Tiene facilidad y le gusta desempeñar trabajos relacionados con la idea de negocios que usted propone?

✓ La formación profesional está relacionada directamente con la actividad planificada para la microempresa de Asesoría Contable y Tributaria. Por lo que se considera que existe una afinidad con las actividades relacionadas con el servicio planteado. Además se debe reconocer que habrá constante capacitación y actualización de los conocimientos.

¿Cuáles son los factores de éxito de su idea de negocio? (Factores de éxito son aquellos que indican la permanencia y el desarrollo creciente de su negocio en el mercado. Por ejemplo: publicidad.)

- ✓ Entre los principales factores, están:
 - ✓ Cercanía con los negocios en Vilcabamba
 - ✓ Afinidad por ser residente en Vilcabamba
 - ✓ Posibilidad de publicidad personal en todos los negocios
 - ✓ Ideas promocionales para clientes

1. NOMBRE DE LA EMPRESA

Para la selección del nombre se utilizó el formato de evaluación del Instituto Bolivariano y se aplicaron a manera de sondeo a 10 personas en Vilcabamba, a quienes se les indicó que calificarán de 1 a 5 cada uno de las seis variables a cada nombre de la lista. Luego se promediaron los resultados y el nombre seleccionado era aquel que arroje el mayor promedio.

Cuadro Nro. 1

Calificación para selección de nombre

NOMBRE	DESCRIPTIVO	ORIGINAL	ATRACTIVO	CLARO	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	TOTAL
Asesoría Tributaria GMV	3,8	3,6	3,9	3,8	3,8	3,6	23
Apoyo y Gestión Vilcabamba	3,0	3,2	3,2	2,8	2,4	3,0	18
GM Gestión y Asesoría Contable y Tributaria	3,6	4,1	3,6	3,5	3,8	3,8	22
Asesores Tributarios de Vilcabamba	2,4	2,7	3,4	2,9	2,9	3,2	18
Servicios Contables y Tributarios Óptima	3,5	3,3	3,7	3,0	3,5	3,5	21

Considerando los resultados promedios, el nombre con el mayor promedio fue el primero, por lo que el nombre seleccionado es ASESORÍA TRIBUTARIA MG. Este nombre hace referencia el nombre de la autora y la ciudad de Vilcabamba.

“ASESORÍA TRIBUTARIA MG”

2. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

✓ **Corto Plazo:**

Implementar una microempresa de servicios contables y tributarios en la ciudad de Vilcabamba sostenible económicamente y eficiente en la prestación del servicio con sus clientes.

✓ **Largo Plazo:**

Consolidar a la microempresa en la zona suroriental de Loja, que sea reconocida y valorada por la calidad de sus servicios.

3. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DEL ENTORNO

La microempresa tendrá como razón social la prestación de servicios, por lo que obviamente el sector productivo corresponde al sector terciario o de servicio. Que integra diferentes actividades que brindan usos intangibles, como turismo, alojamiento, alimentación y servicios profesionales. Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las Naciones Unidas, CIIU3 este sector comprende:

- ✓ Comercio por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas
- ✓ Hoteles y restaurantes
- ✓ Transporte, almacenamiento y telecomunicaciones
- ✓ Intermediación financiera
- ✓ Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler
- ✓ Administración pública y defensa
- ✓ Seguridad social de afiliación obligatoria

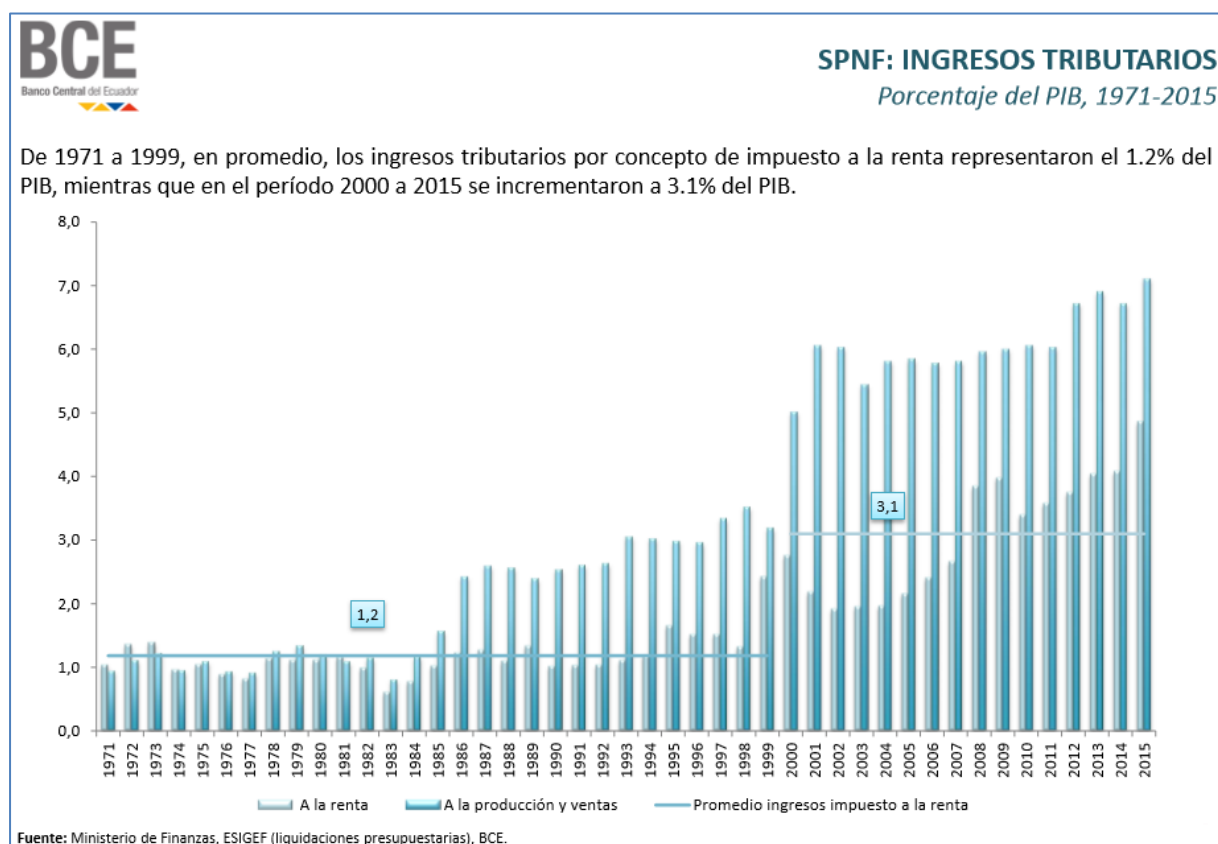
- ✓ Educación
- ✓ Servicios sociales y de salud
- ✓ “Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales”
- ✓ Hogares privados con servicio domestico
- ✓ Organizaciones y órganos extraterritoriales

Dentro de esta clasificación la actividad relacionada con la de la empresa Asesoría Tributaria MGCV, es la de “Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales” por lo que pertenece al sector terciario de la economía, que entre otras de las características más sobresalientes está la de absorber una gran cantidad de fuerza laboral, de ser una actividad intangible (es decir que la afectación ambiental es mínima), no requiere de grandes infraestructuras o de afectación física, etc.

Dado que la actividad de la microempresa se relaciona con servicios contables y tributarios, es decir de prestación de servicios profesionales dentro del ámbito tributario, es importante caracterizar el sector. Primeramente se debe reconocer la importancia del sector tributario en el aporte a la economía ecuatoriana, por ello y en el siguiente cuadro se observa el crecimiento del aporte de los ingresos tributarios históricos.

Cuadro No. 2

Contribución a la economía del sector tributario



Fuente y Elaboración: Estadísticas Macroeconómicas del Ecuador. Banco Central del Ecuador 2017

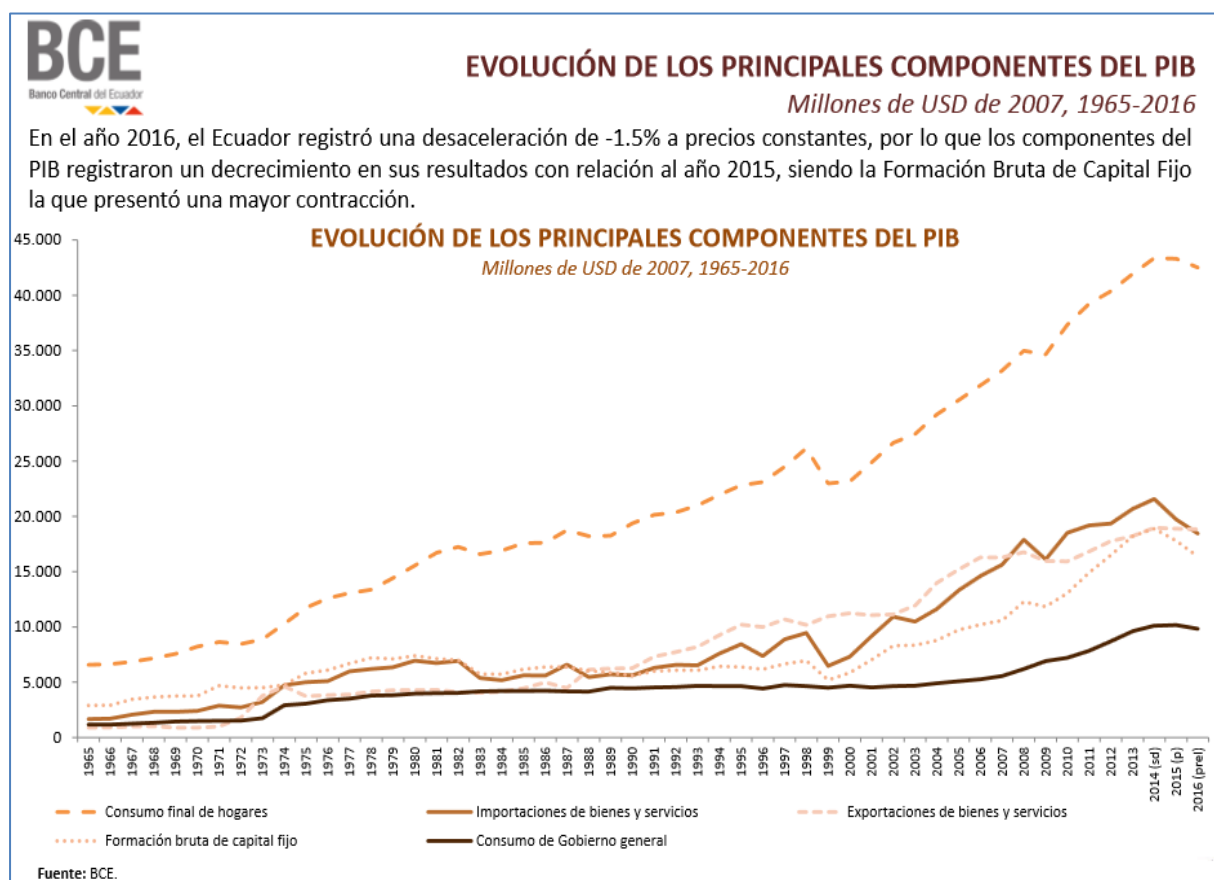
Dentro del Producto Interno Bruto, que es el registro de los ingresos del país en un año, se puede notar que tanto los ingresos Tradicionales (como el pretróleo) y los ingresos No Tradicionales (como flores, frutas, tecnología y Servicios) han permitido que el PIB aumente en la última década principalmente, pero reconociendo la disminución del año 2016.

Principalmente.

En resumen el sector productivo en el Ecuador, sigue siendo muy importante por la cantidad de recursos que aporta a la riqueza nacional aunque reconociendo lo sensible del mismo ante factores internos y externos que afectan su crecimiento.

Cuadro No. 3

Evolución del PIB Ecuador



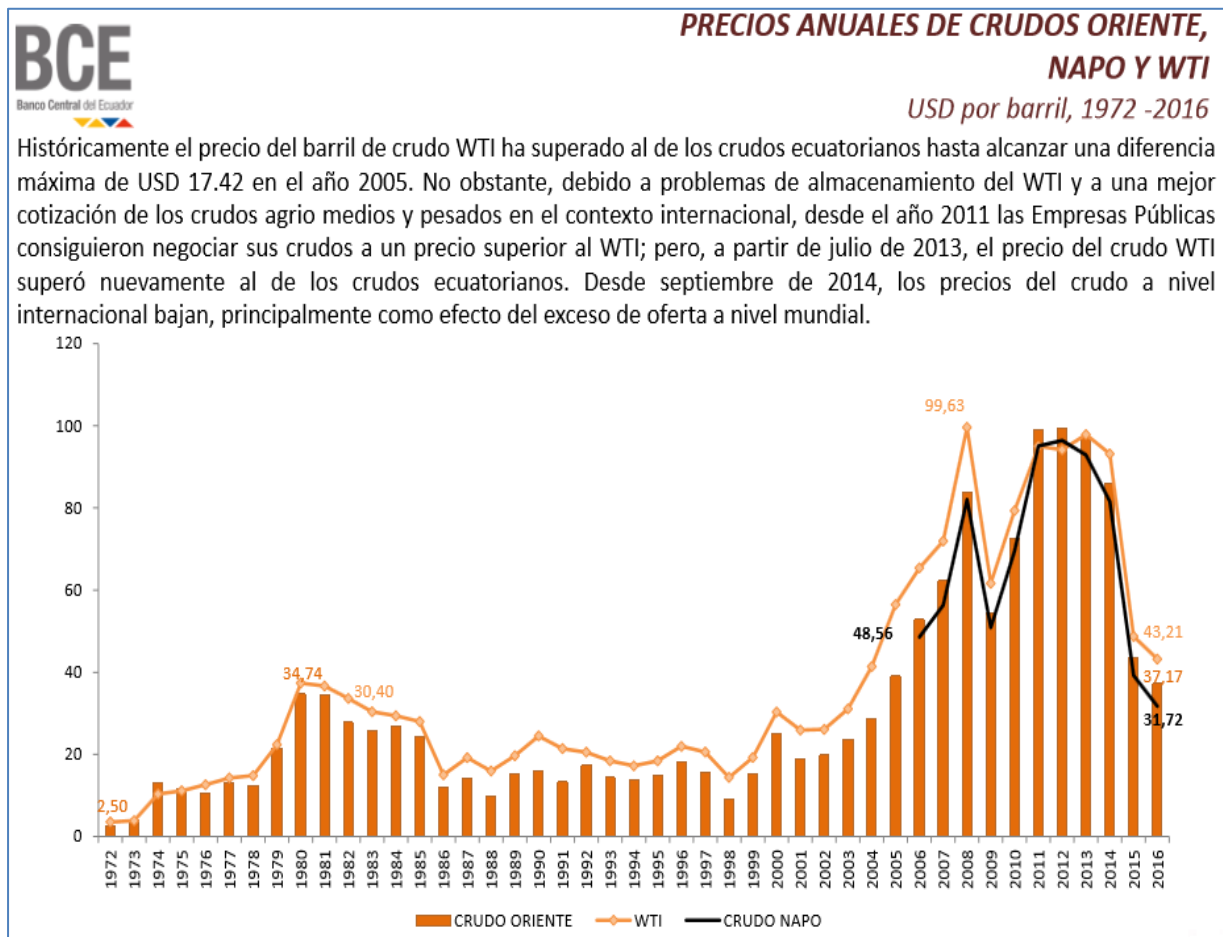
Fuente y Elaboración: Banco Central del Ecuador. Estadísticas Macroeconómicas 2017

De acuerdo al Diario El Universo: “El Banco Central del Ecuador (BCE) anunció ayer que Ecuador creció en 2,6% de PIB en el primer trimestre del 2017, en comparación con el mismo periodo del 2016. Así, Ecuador registra un segundo trimestre consecutivo de crecimiento, luego de haber pasado al menos cinco trimestres de decrecimiento consecutivos”, Esta afirmación se hace, dado que durante el año 2016, el país soportó un terremoto en la zona costera, principalmente en Manabí y Esmeraldas, que supuso un gasto no planificado para la reconstrucción y apoyo a los afectados; además, la constante caída del precio del petróleo disminuyeron radicalmente los ingresos y el crecimiento económico del

país, en el siguiente cuadro, se ve como el precio del petróleo que tuvo precios records hasta el año 2015, disminuyeron radicalmente para el 2016.

Cuadro No. 4

Variación precios del Petróleo Ecuador



Fuente: Cámara de Comercio de Quito

http://www.lacamaradequito.com/media/com_lazypdf/pdf/Sintesis%20Macroeconomica%20Marzo%202016.pdf

Esta situación compleja, desde el punto de vista económico, afecta también el desarrollo económico, Según el Informe de Coyuntura Económica del Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG, 2017) se indica: “Durante los últimos 10 años, Ecuador ha disfrutado de un crecimiento positivo del PIB, en promedio el crecimiento anual fue de 3,86% anual, siendo el mejor año el 2011 donde el crecimiento alcanzó el 7,9%, mientras que el peor año fue el 2015 con un crecimiento de tan solo el 0,3% (Ver Cuadro 1). El último año en el que la economía ecuatoriana presentó un decrecimiento del PIB fue el año 1999, año del feriado bancario y la dolarización de la economía ecuatoriana”.

Cuadro No 5.

Variación anual del PIB

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PIB	2.2%	6,4%	0.6%	3,5%	7,9%	5.6%	4,6%	3,7%	0,3%

Fuente: Informe de Coyuntura Económica CELAG.

<http://www.celag.org/informe-de-coyuntura-economica-de-ecuador/>

De acuerdo al diario El Universo:

Sin embargo, el año 2016 puede suponer el retorno a tasas negativas de crecimiento económico, de las que el exiguo crecimiento del 0,3% alcanzado en 2015 ya suponía un anticipo. Fue el segundo trimestre del año 2015 el primero en el que el PIB trimestral ecuatoriano entró en cifras negativas, y a partir de ese momento enlazó 4 trimestres consecutivos de crecimiento negativo. Sin embargo, para el segundo trimestre de 2016, el PIB trimestral ecuatoriano volvió a cifras positivas, creciendo en este segundo trimestre del año un 0,6%. ¿Quiere decir esto último que la variación del PIB

ecuatoriano se mantendrá en cifras positivas durante el 2016? debido a la fuerte caída que experimentó el PIB durante el primer trimestre es difícil que esto suceda. Sin embargo, hay que tener en cuenta el cambio de tendencia que para el año 2017 se observa. (DIARIO EL UNIVERSO, 2017)

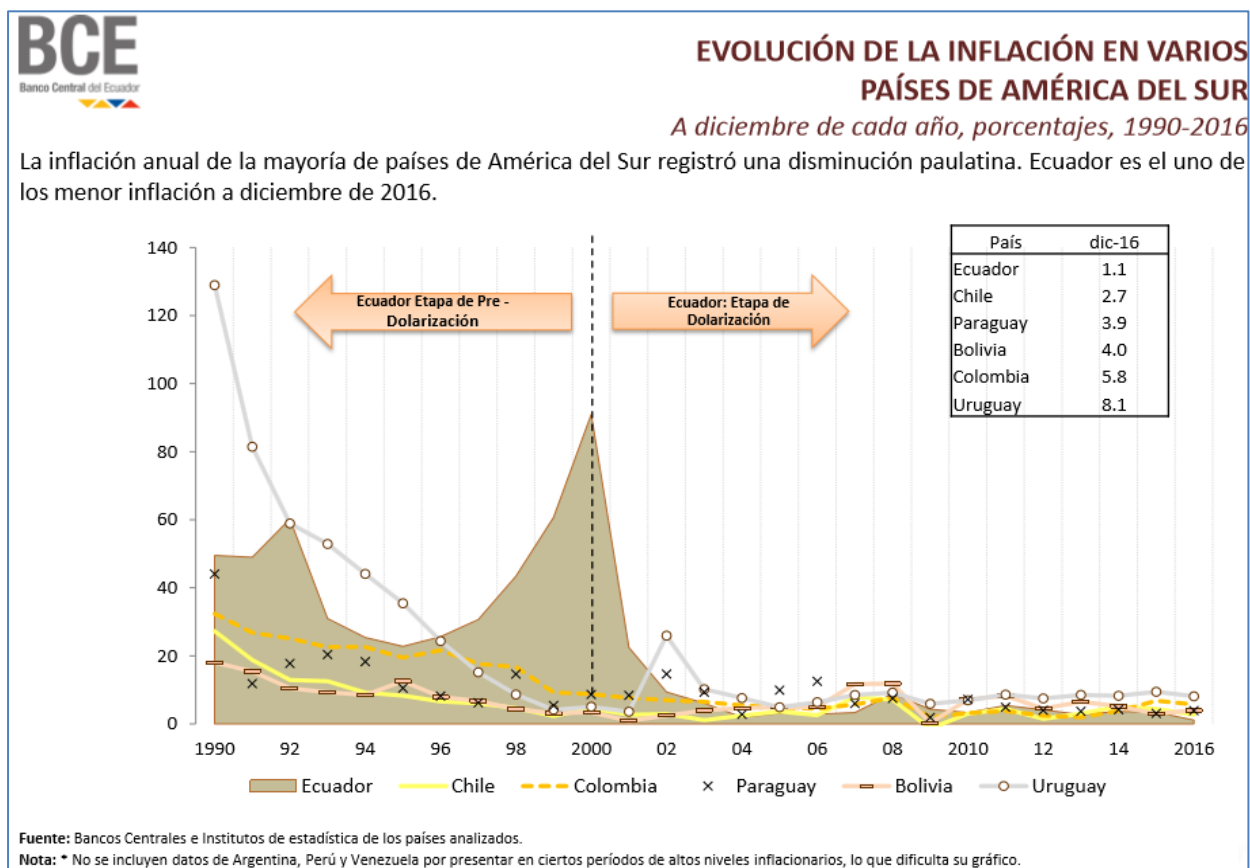
5.2.1. Aspectos Económicos

Inflación

Este aspecto es muy importante para la sociedad ecuatoriana y obviamente para el resultado de la actividad económica de la microempresa, es la Inflación, que según el Diccionario Económico, se define como: “La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo sostenido, normalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una 'cesta de bienes' ponderada. El índice de medición de la inflación es el Índice de Precios al Consumidor (IPC)”. (elEconomista.es, 2015), tomado de <http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>.

Cuadro No. 5

Evolución de la Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Cámara de Comercio de Quito.

Actividades Económicas del Sector

Considerando que la actividad económica de la microempresa se enfoca en la provisión del servicio a quienes realicen actividades económicas y que deban cumplir con las obligaciones del SRI (Servicio de Rentas Internas), se analiza la situación de las parroquias de incidencia de la microempresa.

Cuadro Nro. 6.**Rama de actividad de las personas a nivel parroquial**

Rama de actividad (Primer nivel)	Malacatos (Valladolid)	San Pedro de Vilcabamba	Vilcabamba (victoria)	Yangana (Arsenio Castillo)	Quinara
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1.097	248	586	322	316
Explotación de minas y canteras	15	-	7	-	3
Industrias manufactureras	200	16	112	21	34
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	8	1	2	1	-
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de deshechos	11	-	6	-	1
Construcción	275	39	236	124	24
Comercio al por mayor y menor	258	44	162	23	26
Transporte y almacenamiento	98	11	60	14	6
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	54	17	106	2	4
Información y comunicación	17	1	23	-	-
Actividades financieras y de seguros	7	1	8	1	-
Actividades inmobiliarias	-	1	10	-	-
Act. profesionales, científicas y técnicas	23	4	14	3	-
Act. servicios administrativos y de apoyo	14	8	42	9	3
Administración pública y defensa	72	30	71	24	4
Enseñanza	85	28	66	12	6
Actividades de atención de la salud humana	35	10	50	5	2
Artes, entretenimiento y recreación	1	4	9	1	-
Otras actividades de servicios	31	12	22	3	1
Actividades de los hogares como empleadores	84	11	32	11	1
Act. organizaciones y órganos extraterritoriales	3	-	1	-	1
No declarado (No se puede clasificar)	189	18	106	32	14
Trabajador nuevo	66	6	83	15	23
Total	2.643	510	1,814	623	469
NSA :	4.471	779	2,964	896	915

Fuente y Elaboración: REDATAM INEC 2010

<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

El promedio anual de crecimiento de recaudaciones del SRI, para el año 2013 en los cantones de influencia del proyecto es del 7%. Lo que indica que cada vez hay una mayor cultura tributaria, lo que es beneficiosa para las aspiraciones de la empresa motivo del presente Plan de Negocios.

5.2.2. Aspectos Demográficos

Considerando el área de influencia directa de la actividad de la microempresa, es importante analizar las variaciones demográficas de las parroquias, aspecto fundamental para poder evaluar el potencial de crecimiento del negocio.

Cuadro Nro. 7

POBLACIÓN TOTAL PROYECTADA

AÑO	PARROQUIA					POBLACIÓN TOTAL	PORCENTAJE CRECIMIENTO
	MALACATOS (VALLADOLID)	QUINARA	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	VILCABAMBA (VICTORIA)	YANGANA (ARSENIO CASTILLO)		
2011	7.378	1.435	1.337	4.955	1.575	16.680	
2012	7.546	1.468	1.367	5.068	1.611	17.060	2,28%
2013	7.716	1.501	1.398	5.182	1.648	17.445	2,26%
2014	7.886	1.534	1.429	5.297	1.684	17.830	2,21%
2015	8.057	1.567	1.460	5.411	1.720	18.215	2,16%
2016	8.227	1.601	1.491	5.526	1.757	18.602	2,12%
2017	8.398	1.634	1.522	5.640	1.793	18.987	2,07%
2018	8.568	1.667	1.552	5.799	1.829	19.415	2,25%
2019	8.738	1.700	1.583	5.869	1.866	19.756	1,76%
2020	8.907	1.733	1.614	5.982	1.902	20.138	1,93%
2021	9.076	1.766	1.645	6.096	1.938	20.521	1,90%

Fuente: SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN. (Proyecciones de Población Parroquial)

Elaboración: Gardenia Mendoza

La población total proyectada al año 2017 asciende a 18.987 habitantes entre los parroquias donde se piensa implementar el negocio.

5.2.3. Aspectos Políticos

Durante los últimos años Ecuador ha tenido una estabilidad política con el gobierno de una tendencia ideológica de izquierda con un mismo presidente, lo que ha permitido mantener estabilidad en la toma de decisiones como por ejemplo; buscar aumentar la recaudación tributaria, disminuyendo la evasión y aumentando la base de contribuyentes, es decir generar una cultura tributaria. Esta nueva cultura ha influido directamente en el comportamiento de las empresas y las personas activas económicamente hablando, ya que deben cumplir con sus obligaciones tributarias, lo que ha permitido que empresas y personas que proveen este servicio aumenten y crezcan.

Durante este período hubo nuevas elecciones presidenciales, y aunque aún no se ha logrado implementar la política tributaria y las decisiones del nuevo gobierno, hasta ahora, luego de tres meses del cambio de gobierno, se mantienen las expectativas respecto del Régimen Tributario, por lo que no hay cambios sustanciales en las medidas de control, ajuste y aplicación de las normas tributarias vigentes.

5.2.4. Aspectos Legales

Legalmente la política tributaria se ajusta, controla, regula y se ejecuta a través del Servicio de Rentas Internas y es este ente de control quien aplica la normativa a aplicarse en el Ecuador; pero, con la consideración basada en las leyes, normas, códigos constituciones entre los que se pueden indicar:

- Código Tributario

Que básicamente establece las obligaciones que los contribuyentes tienen para con el sistema tributario del Ecuador, como se muestran en los siguientes artículos:

Art. 1.- **Ámbito de aplicación.**- Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos. Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

(ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, 2005)

- Ley de Régimen Tributario Interno

Que establece las obligaciones tributarias específicas, como el Impuesto a la Renta, sus exenciones, deducciones, base imponible y otros. (Título I, Capítulo I, II, III, IV, V).

Además establece la obligatoriedad de llevar contabilidad. (Capítulo VI).

Las tarifas del Impuesto a la Renta (Capítulo VIII)

Normas de Declaración y Pago (Capítulo IX), entre otros aspectos importantes.

- Ley de Registro Único de Contribuyentes

Que como se indica en el Artículo 1: “**Concepto de Registro Único de Contribuyentes.**- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria”.

5.2.5. Aspectos Socioeconómicos

Las parroquias de influencia directa corresponden a las parroquias surorientales del cantón Loja, que guardan similitudes naturales por su ubicación geográfica y cercanía, su situación rural y su marcada tendencia a realizar actividades agropecuarias como fuente de actividad económica principal.

Aunque se debe mencionar que existen diferencias principalmente con Vilcabamba por su peso turístico nacional y mundial. Lo que hace que existan negocios en dicha parroquia que no existen en otras, lo que modifica su accionar.

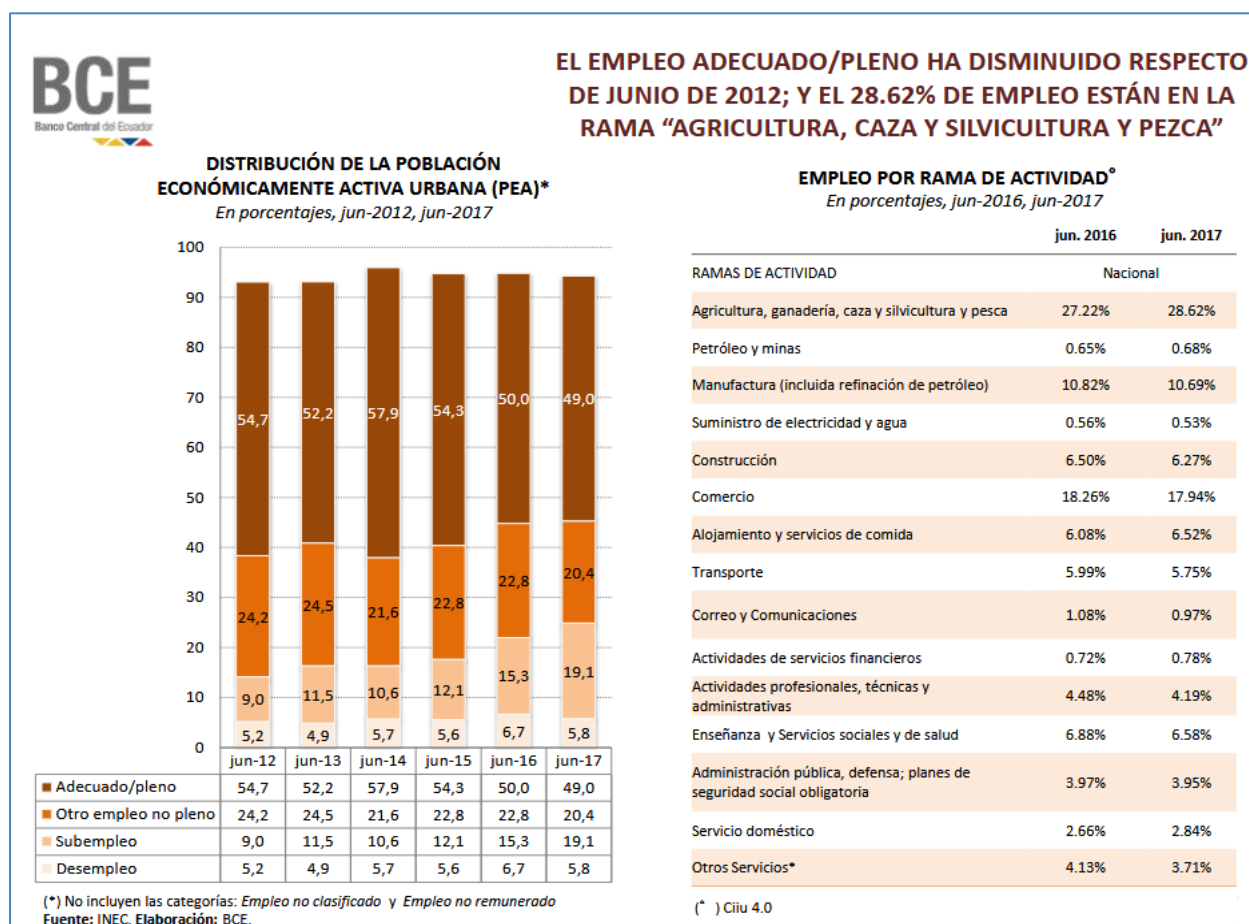
En todo caso algunas de las características que comparten las personas de las parroquias relacionadas son:

- Población rural, con actividades agrícolas y pecuarias
- Poca cultura tributaria
- Negocios pequeños y medianos
- Población flotante alta (turistas)

A continuación se puede observar una relación entre las actividades económicas de la población y su relación con la actividad principal que son agrícolas y pecuarias.

Cuadro No. 8

Relación actividad Agropecuaria frente a otras



Fuente y Elaboración. Banco Central del Ecuador

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro082017.pdf>

Esta relación también es una realidad en el sector, considerando que es un sector rural, y como se puede observar en el siguiente cuadro que es la relación de las personas que realizan actividades en cada parroquia frente al total de actividades. Este cuadro se ha elaborado desde el cuadro No. 6) dividiendo cada número de personas por actividad frente al total por parroquia)

Cuadro No. 9

Porcentaje de personas por actividad

Rama de actividad (Primer nivel)	Malacatos (Valladolid)	San Pedro de Vilcabamba	Vilcabamba (Victoria)	Yangana (Arsenio Castillo)	Quinara
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	42%	0,49	32%	52%	0,67
Explotación de minas y canteras	1%	-	0%	0%	0,01
Industrias manufactureras	8%	0,03	6%	3%	0,07
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0%	0,00	0%	0%	-
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	0%	-	0%	0%	0,00
Construcción	10%	0,08	13%	20%	0,05
Comercio al por mayor y menor	10%	0,09	9%	4%	0,06
Transporte y almacenamiento	4%	0,02	3%	2%	0,01
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	2%	0,03	6%	0%	0,01
Información y comunicación	1%	0,00	1%	0%	-
Actividades financieras y de seguros	0%	0,00	0%	0%	-
Actividades inmobiliarias	0%	0,00	1%	0%	-
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1%	0,01	1%	0%	-
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1%	0,02	2%	1%	0,01
Administración pública y defensa	3%	0,06	4%	4%	0,01
Enseñanza	3%	0,05	4%	2%	0,01
Actividades de la atención de la salud humana	1%	0,02	3%	1%	0,00
Artes, entretenimiento y recreación	0%	0,01	0%	0%	-
Otras actividades de servicios	1%	0,02	1%	0%	0,00
Actividades de los hogares como empleadores	3%	0,02	2%	2%	0,00
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	0%	-	0%	0%	0,00
no declarado (No se puede clasificar)	7%	0,04	6%	5%	0,03
Trabajador nuevo	2%	0,01	5%	2%	0,05
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: INEC. Redatam 2017

Elaboración: Gardenia Mendoza

El Análisis del Microambiente permite analizar y definir la potencial situación competitiva de la empresa en el sector, para ello se hace necesario conocer en detalle la industria a la que pertenecerá. Se debe, por lo tanto, definir la estructura de ésta, para así determinar la influencia que ejerce sobre la empresa y cuan atractivo es para ella. Se utilizará para el análisis el "Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter". Este modelo es el más influyente para la evaluación, las variables analizadas son:

- **La entrada de nuevos competidores:** Esta fuerza se refiere a si la industria a la cual pertenece la empresa tiene barreras de ingresos muy bajas y un gran atractivo generando la entrada de nuevos competidores.
- **La amenaza de sustitutos:** En esta fuerza debe tenerse en cuenta los productos que pueden ser sustitutos del nuestro.
- **El poder de negociación de los compradores:** En esta fuerza lo que se analiza es el poder que tienen los compradores hacia la industria a la cual pertenecemos, en cuanto a determinación de precios, calidad, cantidad, etc.
- **El poder de negociación de los proveedores:** Esta fuerza es similar a la anterior, pero en este caso lo que se analiza es el poder del proveedor.
- **La rivalidad entre los competidores existentes:** Esta fuerza estudia los competidores actuales de la industria y si son muy influyentes o no, si tienen más porción del mercado que uno o no, si existe relación entre todos los competidores o no, etc.

5.3.1. La entrada de nuevos competidores:

PROBABILIDAD: ALTA

La provisión del servicio o de los servicios tributarios aumenta ya que hoy hay un mayor control y seguimiento al cumplimiento de las obligaciones tributarias de parte del SRI, y el fortalecimiento de la cultura tributaria. El acceso de nuevos competidores, mejoran los servicios y los precios para el consumidor, para la microempresa representa una amenaza por la derivación de los

usuarios a otras empresas y por ende la potencial disminución de los ingresos. Este aspecto se cuidará conociendo lo que los clientes esperan del servicio y adecuándolo a dicha necesidad.

5.3.2. La amenaza de sustitutos:

PROBABILIDAD: BAJA

El servicio ofertado no admite servicios sustitutos, ya que corresponde a obligaciones tributarias ajenas a la economía de mercado, donde no hay oferta diferencial, sino que es una necesidad directa y que no puede ser reemplazado por otro tipo de servicios hacia las personas, negocios o empresas.

5.3.3. El poder de negociación de los compradores:

PROBABILIDAD: MEDIA

Como todo servicio o producto, los usuarios (consumidores) pueden cierto nivel de poder decidir dónde, con quién y en cuánto contratar un determinado servicio-, y, en el caso del servicio planificado, se puede afirmar que también tienen ese poder, solo que no es absoluto al no poder negociar el tipo de servicio, sino únicamente el valor y el ofertante. Aunque sin ejercer la decisión total.

5.3.4. El poder de negociación de los proveedores:

PROBABILIDAD: BAJA

En lo particular, no es un servicio que se genere con el apoyo directo de los proveedores, que de hecho son limitados para la actividad realizada, aunque reconociendo que son importantes quienes provean el acceso a internet, principalmente.

5.3.5. La rivalidad entre los competidores existentes:

PROBABILIDAD: ALTA

Siendo un servicio en alza y que los competidores pueden aparecer en cualquier momento y ubicación, se requiere especial atención a su accionar y decisiones, sobre todo en precios y tiempos, considerando que son los factores competitivos fundamentales.

Gráfico No. 1

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter Para el servicio de asesoría contable y tributaria



Fuente: Michael Porter.

6. Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados (www.matrizfoda.com, 2015) Recuperado de <http://www.matrizfoda.com/dafo/>.

La Matriz FODA busca determinar factores internos que se transforman en Fortalezas o Debilidades en un determinado momento para la empresa. Además en el mismo momento aspectos externos que se convierten en Oportunidades o Amenazas.

Se dice que las Fortalezas y Oportunidades se aprovechan, mientras que las Debilidades y Amenazas se enfrentan.

Cuadro Nro. 10

MATRIZ FODA : “EMPRESA ASESORÍA TRIBUTARIA GMV”

ANÁLISIS INTERNO	
<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
- Actualización de conocimientos permanente	- Negocio nuevo
- Capacidad de negociación en precios	- Falta de experiencia
- Movilización para visitas personalizadas a clientes	- Limitado equipamiento inicial
- Local propio	

ANÁLISIS EXTERNO	
<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>AMENAZAS</u>
- Mercado en crecimiento	- Ineficiente servicio de internet en la zona
- Inexistencia de empresas similares en la zona	- Competencia en la cabecera cantonal
- Necesidad del servicio de asesoramiento tributario	- Mentalidad y cultura tributaria débil en la zona
- Regulación legal permanente de parte del SRI	- Crecimiento bajo, comercial e industrial en la zona

Elaboración: Gardenia Mendoza

Es importante realizar un análisis de la matriz FODA cruzada, que lo que permite es identificar acciones más específicas, considerando las variables incluidas, para aumentar la utilidad de las decisiones estratégicas.

Cuadro. No. 11

Matriz FODA cruzada “Asesoría Tributaria MGV”

MATRIZ FODA CRUZADA PARA FORMULAR ESTRATEGIAS		
FORTALEZAS - F -		DEBILIDADES - D -
INDIQUE LAS FORTALEZAS		INDIQUE LAS DEBILIDADES
	Actualización de conocimientos permanente	Negocio Nuevo
	Capacidad de negociación en precios	Falta de experiencia
	Movilización para visitas personalizadas	Limitado equipamiento inicial
	Local propio	
OPORTUNIDADES - O -	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - DO
INDIQUE LAS OPORTUNIDADES	ANOTAR LAS FORTALEZAS PARA APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES	SUPERAR LAS DEBILIDADES APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES
Mercado en crecimiento	Aprovechar la movilización para tener mayor cobertura de servicio	Realizar actividades promocionales aprovechando la movilización
Inexistencia de empresas similares en la zona Necesidad del servicio de asesoramiento tributario	Aprovechar la capacitación y las visitas personalizadas para adaptarse a las necesidades de los clientes	Aumentar la experiencia con la oportunidad de aumentar la cartera de clientes
Regulación legal permanente de parte del SRI	Aprovechar la capacitación para estar actualizado y apegado a la normativa vigente	Aumentar la cartera de clientes para capitalizarse con un mayor equipamiento
AMENAZAS -A -	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS - DA
INDIQUE LAS AMENAZAS	UTILIZAR LAS FORTALEZAS PARA EVITAR LAS AMENAZAS	REDUCIR LAS DEBILIDADES Y EVITAR LAS AMENAZAS
Competencia en la cabecera cantonal	Utilizar la capacidad de mejoramiento de precios para aumentar la competitividad	Aumentar la experiencia con la capacitación y la generación de la prestación del servicio
Mentalidad tributaria débil en la zona	Aprovechar la capacitación para aumentar la confianza de la población y aumentar su cultura tributaria	
Limitado crecimiento comercial e industrial	Aprovechar la movilización para tener mayor cobertura de servicio	
Ineficiente servicio de Internet en la zona		

Elaboración: Gardenia Mendoza

Con lo analizado en la Matriz FODA se podrían ir definiendo algunas estrategias de competitividad:

- Aprovechar la movilización para mayor cobertura de servicio y aumentar el posicionamiento y promoción.
- Mantenerse actualizado y revisar la normativa vigente para mejorar la calidad del servicio.
- Aprovechar las exigencias tributarias que el SRI plantea a todos los contribuyentes, lo que ofrece oportunidades de aumentar los ingresos, aumentando la prestación de los servicios.
- Aprovechar el desconocimiento de los negocios y las personas en temas tributarios.
- Utilizar la capacidad de mejoramiento de precios para aumentar la competitividad

7. Mercadeo o Marketing

“Marketing es un concepto inglés que traducido al español, significa mercadeo o mercadotecnia. Es una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades”¹

Los objetivos de la planificación de marketing para la empresa “**Asesoría Tributaria MG**V”son:

- Captar clientes en las parroquias Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana
- Publicitar y promocionar a la empresa como una opción válida en la provisión del servicio de Asesoría Tributaria.

¹ <http://definicion.de/marketing/>

- Consolidar una base de clientes adecuada para cubrir los costos operativos y la rentabilidad esperada.

El Plan de Negocios que se analiza, busca desarrollar las actividades de la microempresa “Asesoría Tributaria MGV” en las parroquias surorientales de Loja, siendo esa el área de influencia, y que corresponde a Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana, y considerando que el target o mercado objetivo son principalmente los negocios de la zona; y las personas naturales que realicen actividad económica, la segmentación se la hará con la siguientes variable:

- Negocios existentes en las parroquias seleccionadas como mercado objetivo y que han sido arriba nombradas

El mercado total está definido por la suma de los negocios existentes en las parroquias de Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana, que según el cuadro No. 6 son 6.059.

Rama de actividad (Primer nivel)	Total Parroquias
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2.569
Explotación de minas y canteras	25
Industrias manufactureras	383
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	12
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	18
Construcción	698
Comercio al por mayor y menor	513
Transporte y almacenamiento	189
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	183
Información y comunicación	41

Rama de actividad (Primer nivel)	Total Parroquias
Actividades financieras y de seguros	17
Actividades inmobiliarias	11
Actividades profesionales, científicas y técnicas	44
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	76
Administración pública y defensa	201
Enseñanza	197
Actividades de la atención de la salud humana	102
Artes, entretenimiento y recreación	15
Otras actividades de servicios	69
Actividades de los hogares como empleadores	139
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	5
No declarado (No se puede clasificar)	359
Trabajador nuevo	193
TOTAL	6.059

Considerando que si se conoce la Población o Universo, se aplica la fórmula para el cálculo de la muestra de una población finita, la misma que se indica a continuación:

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

Las variables que incluye esta fórmula son:

n = Tamaño de la muestra

Z_a^2 = Nivel de confianza del 93%, que corresponde a una valor de 1,81

- p = Probabilidad de que el evento ocurra, en este caso el 50%
- q = Probabilidad de que el evento no ocurra, que corresponde a (1 - p) = 50%
- N = Población objetivo o Universo = 6.059
- d = Certeza o Error de estimación permitido, que en este caso será del 7% (0,07)

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
d	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
d ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Desarrollo de la Fórmula:

$$n = \frac{1,81^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 6.059}{0,07^2 (6.059 - 1) + 1,81^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q = \frac{4.962,47}{d^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q = 30,50}$$

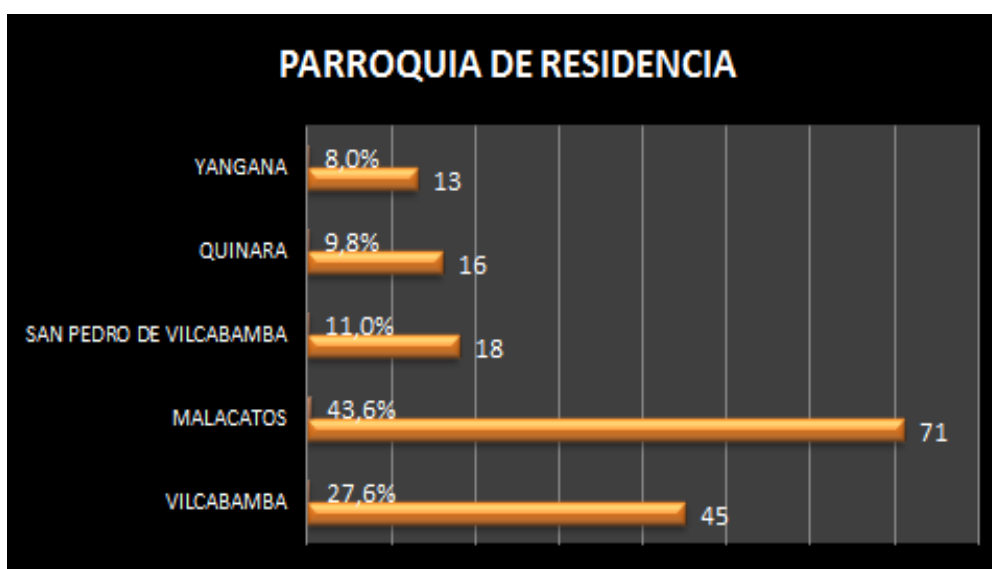
$$n = 163$$

Por lo que se aplicarán 163 encuestas a negocios de dichas parroquias parte del mercado objetivo.

PREGUNTA 1:

Parroquia de residencia de encuestados

PARROQUIA DE RESIDENCIA		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VILCABAMBA	45	27,6%
MALACATOS	71	43,6%
SAN PEDRO DE VILCABAMBA	18	11,0%
QUINARA	16	9,8%
YANGANA	13	8,0%
TOTAL	163	100%



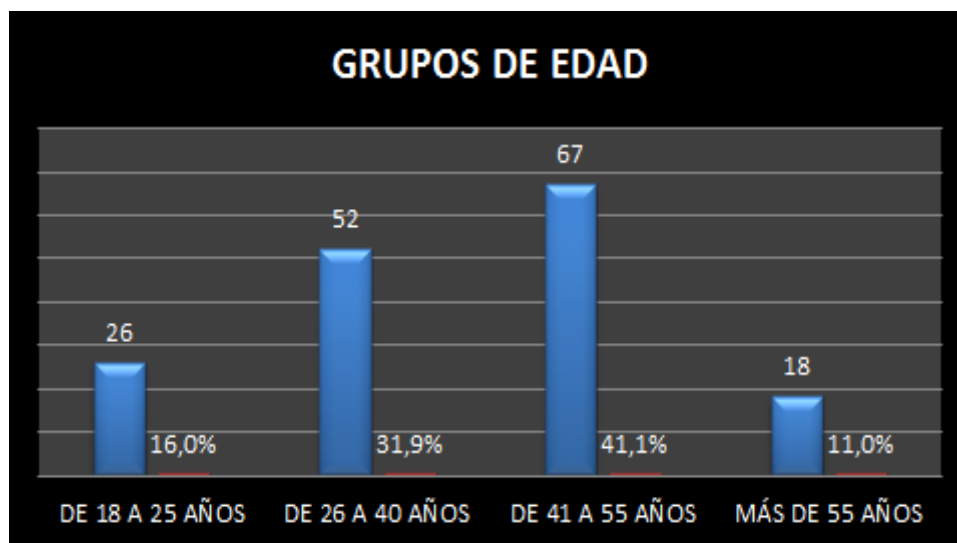
INTERPRETACIÓN:

Las encuestas se han aplicado respetando el peso poblacional de cada parroquia donde Malacatos es la más poblada, seguida de Vilcabamba.

PREGUNTA 2:

Edad de encuestados

GRUPOS DE EDAD DE ENCUESTADOS / AS		
RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 18 A 25 AÑOS	26	16,0%
DE 26 A 40 AÑOS	52	31,9%
DE 41 A 55 AÑOS	67	41,1%
MÁS DE 55 AÑOS	18	11,0%
TOTAL	163	100,0%



INTERPRETACIÓN:

Las encuestas se aplicaron considerando las edades donde se ejerce mayor productividad, por ello quienes fueron mayormente encuetados son los del rango de edad de 26 a 40 años con un 32% aproximadamente; y, de 41 a 55 años con un 41,1%.

PREGUNTA 3:

Sexo del encuestado

SEXO DEL ENCUESTADO / A		
SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOMBRE	70	43%
MUJER	93	57%
TOTAL	163	100%



INTERPRETACIÓN:

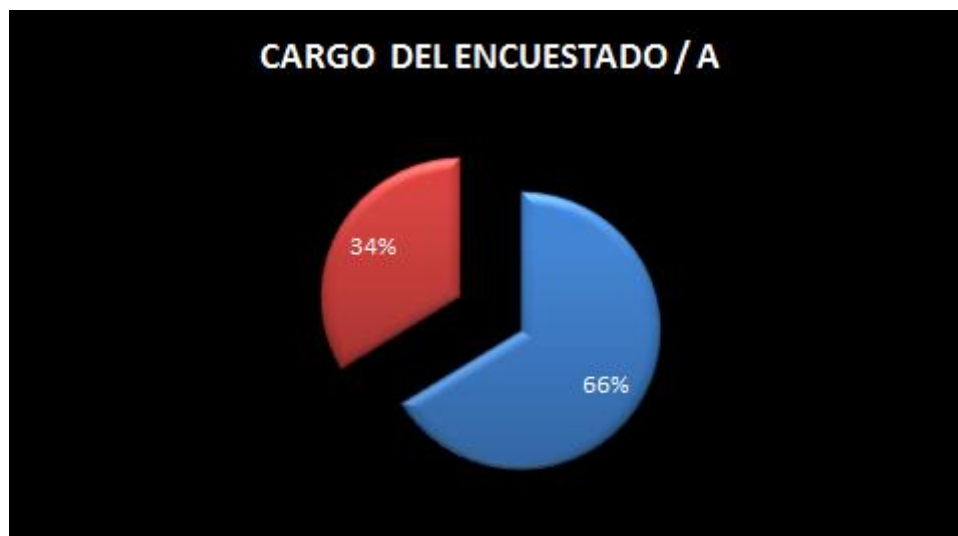
Respecto del sexo de cada persona encuestada un 43% corresponde a hombres, y un 57% a mujeres. Aunque según los datos del Censo del año 2010, la proporción es de casi 49% a 51% respectivamente.

PREGUNTA 4:

Cargo del encuestado

CARGO DEL ENCUESTADO / A

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROPIETARIO	108	66%
ADMINISTRADOR / ENCARGADO	55	34%
TOTAL	163	100%



INTERPRETACIÓN:

De las encuestas aplicadas, un porcentaje del 66% fue hecha a Propietarios de Negocios y un 34% a Administradores o Encargados. Esto le da mayor validez a las respuestas recolectadas.

PREGUNTA 5:

Actividad económica que realiza

ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE REALIZA		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMERCIO	71	44%
TRANSPORTE	9	6%
PELUQUERÍA	8	5%
PANADERÍA	13	8%
MUEBLERÍA	8	5%
CYBER	12	7%
BAZAR	6	4%
OFICINA LEGAL	9	6%
RESTAURANTE	27	17%
TOTAL	163	100%



INTERPRETACIÓN:

De los encuestados, la mayoría del 44% se dedican a actividades comerciales; un 17% a servicios de restaurante. El resto repartidos en diversas actividades económicas con promedios de menos del 10%.

PREGUNTA 6:

Su negocio está legalmente constituido

ESTÁ LEGALMENTE CONSTITUIDA		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	47	28,83%
NO	116	71,17%
TOTAL	163	100,00%



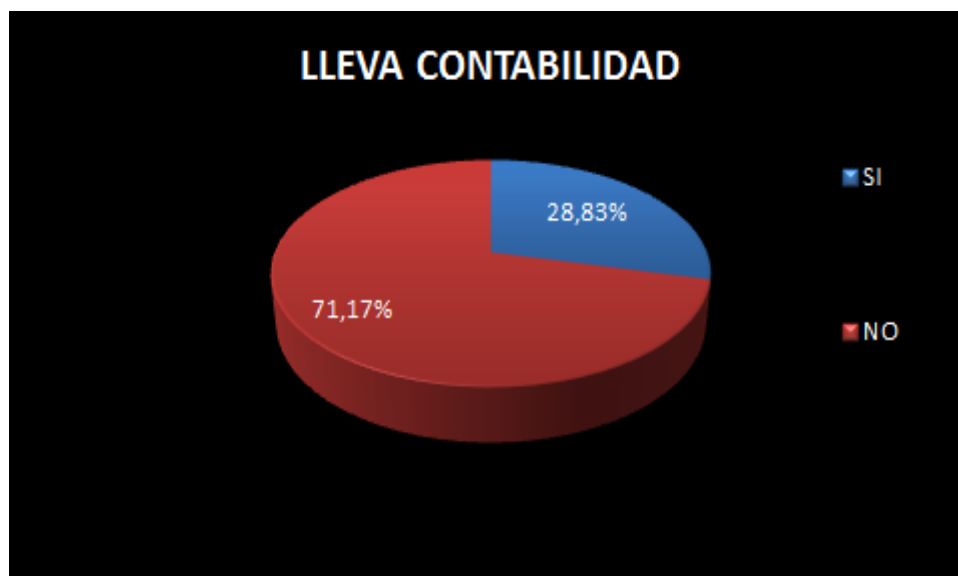
INTERPRETACIÓN

Del total de negocios encuestados un 71,17% manifiesta que no está legalmente constituida; y por ende no está obligado a llevar contabilidad. Mientras que solo el 28,83% indica que si está legalmente constituida y quienes por obligación SI deben llevar Contabilidad y que muy probablemente ya tengan su propia contadora, lo que restaría mercado.

PREGUNTA 7:

Lleva contabilidad de su negocio

LLEVA CONTABILIDAD		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	47	28,83%
NO	116	71,17%
TOTAL	163	100,00%



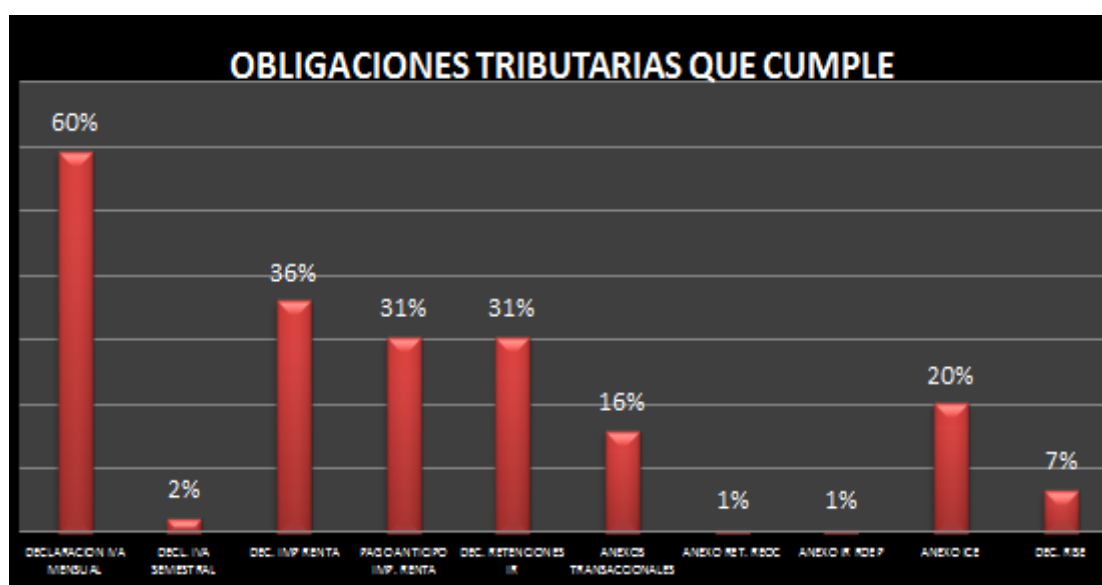
INTERPRETACIÓN

Del total de negocios encuestados un 71,17% manifiesta que NO lleva contabilidad. Mientras que solo el 28,83% indica que si está legalmente constituida y quienes por obligación SI deben llevar Contabilidad.

PREGUNTA 8:

Qué obligaciones tributarias cumple o utiliza

OPCIONES	FRECUENCIA	TOTAL MENSUAL
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	97	60%
DECL. IVA SEMESTRAL	4	2%
DEC. IMP RENTA	59	36%
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	50	31%
DEC. RETENCIONES IR	50	31%
ANEXOS TRANSACCIONALES	26	16%
ANEXO RET. REOC	1	1%
ANEXO IR RDEP	1	1%
ANEXO ICE	33	20%
DEC. RISE	11	7%



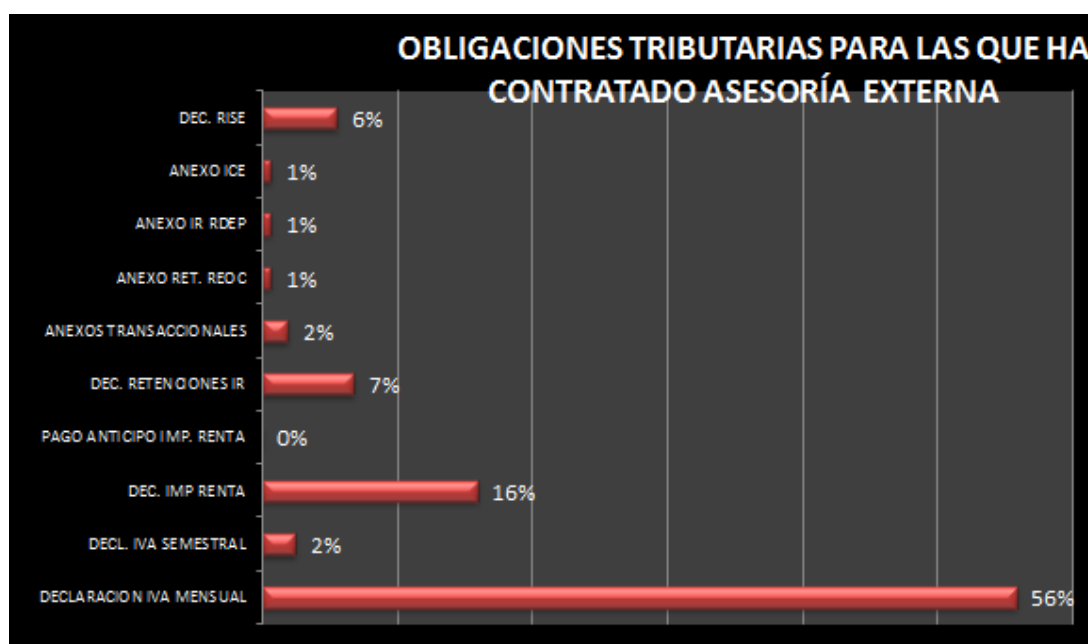
INTERPRETACIÓN

Frente al tipo de obligaciones que deben cumplir, los encuestados indican que en un 60% hacen Declaraciones mensuales del IVA. Pero solamente un 36% realiza declaraciones del Impuesto a la Renta, eso es sinónimo de una mala cultura tributaria. De acuerdo a estas necesidades se ve potencialmente aceptable la idea del emprendimiento.

PREGUNTA 9:

Para qué obligaciones tributarias ha contratado servicios de asesoría externa

OPCIONES	FRECUENCIA	TOTAL MENSUAL
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	91	56%
DECL. IVA SEMESTRAL	4	2%
DEC. IMP RENTA	26	16%
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	0	0%
DEC. RETENCIONES IR	11	7%
ANEXOS TRANSACCIONALES	3	2%
ANEXO RET. REOC	1	1%
ANEXO IR RDEP	1	1%
ANEXO ICE	1	1%
DEC. RISE	9	6%



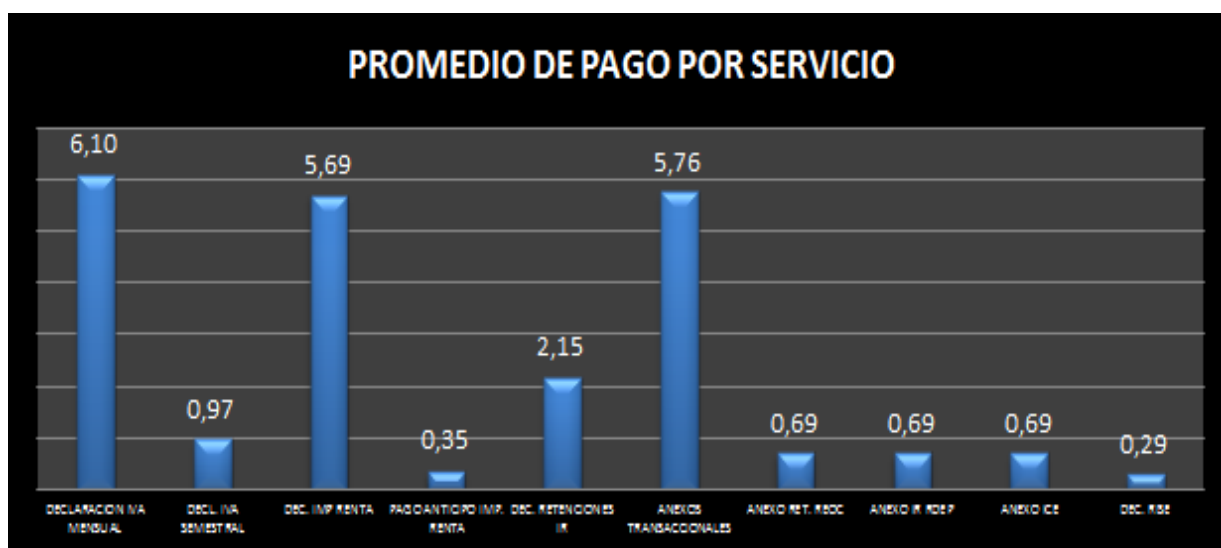
INTERPRETACIÓN

Un 56% de encuestados indica que ha contratado los servicios externos para las declaraciones del IVA. Un 16% para hacer declaraciones del IR. Un 7% para las Retenciones del IR. El resto casi no han contratado. Lo que fortalece la idea de la poca cultura tributaria, lo que a su vez le da mayor fortaleza al tipo de emprendimiento.

PREGUNTA 10:

Valor pagado por cada servicio contratado

OPCIONES	PROMEDIO
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	6,10
DECL. IVA SEMESTRAL	0,97
DEC. IMP RENTA	5,69
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	0,35
DEC. RETENCIONES IR	2,15
ANEXOS TRANSACCIONALES	5,76
ANEXO RET. REOC	0,69
ANEXO IR RDEP	0,69
ANEXO ICE	0,69
DEC. RISE	0,29



INTERPRETACIÓN

De las respuestas obtenidas se hizo un promedio del valor pagado por cada servicio contratado. Se puede observar que para las declaraciones del IVA el promedio es de \$ 6,10. Para las declaraciones del Impuesto a la Renta de \$ 5,69. Si bien son respuestas de los encuestados los valores son referenciales y ayudan a comparar el precio final que resultará del cálculo de los costos de operación y utilidad esperada.

PREGUNTA 11:

Contrataría los servicios de una microempresa para que lleve su contabilidad

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ELABORACIÓN Y REGISTRO DE DOCUMENTOS FUENTE	69	33%
ELABORACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	69	33%
CONTABILIDAD GENERAL	69	33%
TOTAL	207	100%

CUÁNTO PAGARÍA POR LOS SIGUIENTES SERVICIOS

OPCIONES	FRECUENCIA
ELABORACIÓN Y REGISTRO DE DOCUMENTOS FUENTE	22,75
ELABORACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	31,89
CONTABILIDAD GENERAL	21,98

INTERPRETACIÓN

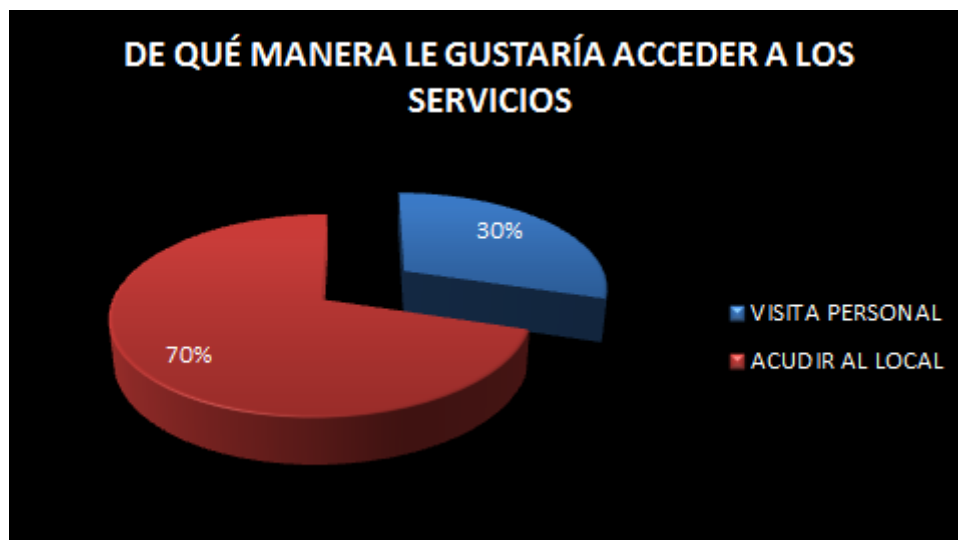
Se incluyó una pregunta sobre tres servicios específicos para los que la microempresa busca evaluar ya que serán servicios importantes que se proveerán. De las respuestas en promedio un 33% indican que SI contratarían a la microempresa, pagando para cada servicio:

- Elaboración y registro de documentos fuente: \$ 22,75
- Elaboración de Estados Financieros: \$ 31,89
- Llevar la Contabilidad General: \$ 21,98

PREGUNTA 12:

Cómo le gustaría acceder a los servicios de GMV Asesoría

DE QUÉ MANERA LE GUSTARÍA ACCEDER A LOS SERVICIOS		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VISITA PERSONAL	33	30%
ACUDIR AL LOCAL	78	70%
TOTAL	111	54%



INTERPRETACIÓN

Para un 70% de encuestados prefieren que se les visite en sus locales comerciales. Mientras que un 30% prefieren realizar una visita personal.

De acuerdo al Censo Nacional económico del 2010, la distribución de las actividades en los parroquias Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana se muestran en la siguiente tabla:

Cuadro Nro. 33

Distribución de la oferta identificada

NÚMERO RUC	RAZÓN SOCIAL	PARROQUIA
104302864001	AGUDO SÁNCHEZ MARITZA ELIZABETH	SAN PEDRO DE VILCABAMBA
1102977863001	PIEDRA RIVERA MARY YOLANDA	MALACATOS (VALLADOLID)
1103609648001	PAREDES OCHOA ENMA LUCIA	MALACATOS (VALLADOLID)
1103147235001	OCHOA CARRIÓN ALBA MIREYA	MALACATOS (VALLADOLID)
1103656763001	OJEDA POMA MARÍA AUGUSTA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1103491989001	VILLA LEÓN LORENA ISABEL	VILCABAMBA (VICTORIA)
1103619944001	SALAZAR LEÓN VINORA JHOVANA	SAN PEDRO DE VILCABAMBA
1104212574001	CAMPOVERDE TOLEDO LADY ALEXANDRA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1104080070001	RUIZ TOLEDO VERÓNICA CECILIA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1104024094001	QUINCHE GONZÁLEZ JAIME PAUL	YANGANA (ARSENIO CASTILLO)
1104172802001	MARÍN RIVERA MARÍA PATRICIA	MALACATOS (VALLADOLID)
1104333859001	ORTIZ GAONA VERÓNICA ALEXANDRA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1104624422001	MOSQUERA TAPIA JHOANA PATRICIA	SAN PEDRO DE VILCABAMBA
1104348709001	MENDIETA GUTIÉRREZ JOHANA ELIZABETH	VILCABAMBA (VICTORIA)
1103705701001	RAMÓN TAMAY MARCIA UBALDINA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1103846257001	SANTIN PICOITA MARI LUCIA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1104817489001	BERMEO CANO MARIA DEL CISNE	VILCABAMBA (VICTORIA)
1103461552001	RENTERÍA JARAMILLO IRMA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1104627433001	GAONA SARANGO MARITZA ELIZABETH	MALACATOS (VALLADOLID)
1102314257001	OTERO ESPINOZA BLANCA ALIDA	MALACATOS (VALLADOLID)
1104632649001	MARCHENA SÁNCHEZ DIANA DEL ROSARIO	VILCABAMBA (VICTORIA)
1104780810001	ORTIZ GAONA DANIELA GEOVANNA	VILCABAMBA (VICTORIA)
1104738404001	GRANDA ABENDAÑO DANIELA DEL CARMEN	MALACATOS (VALLADOLID)

NÚMERO RUC	RAZÓN SOCIAL	PARROQUIA
1104889371001	DELGADO IÑIGUEZ GLORIA MARÍA	YANGANA (ARSENIO CASTILLO)
1104378755001	CARRIÓN SARMIENTO SANDRA DEL CARMEN	VILCABAMBA (VICTORIA)
1103392740001	JIMÉNEZ ERAS LENNY MERCEDES	MALACATOS (VALLADOLID)
1104575624001	VERA SARANGO LUZ DEL CARMEN	VILCABAMBA (VICTORIA)

Fuente: Base Dato RUC- LOJA - 2017

Elaboración: Gardenia Mendoza

La suma de las empresas que realizan “actividades relacionadas con la contabilidad, auditoria y asesoramiento fiscal”, son 27 en el área de influencia que cubre los cuatro cantones. Quienes ofrecen sus servicios a las empresas y también a las personas en general que en algún momento deben recurrir a sus servicios para cumplir con obligaciones tributarias específicas.

La Demanda es la cantidad de personas que desean y pueden adquirir un servicio o un producto, para este caso, la demanda se calcula según el siguiente análisis:

CÁLCULO DE LA DEMANDA

<u>POBLACIÓN OBJETIVO</u>	18.987		
	PORCENTAJE	DISTRIBUCIÓN	
CONTRATA EMPRESAS	33%	6.329	
Qué obligaciones tributarias cumple o utiliza	Total mensual	Número locales por tipo de obligación	Locales que contratan empresas por tipo de obligación
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	60%	11.299	3.766
DECLARACIÓN IVA SEMESTRAL	2%	466	155

DECLARACIÓN IMPUESTO A LA RENTA	36%	6.873	2.291
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	31%	5.824	1.941
DEC. RETENCIONES IR	31%	5.824	1.941
ANEXOS TRANSACCIONALES	16%	3.029	1.010
ANEXO RETENCIÓN. REOC	1%	116	39
ANEXO IR RDEP	1%	116	39
ANEXO ICE	20%	3.844	1.281
DEC. RISE	7%	1.281	427

Fuente: Encuestas

7.6.1. Balance Oferta / Demanda

La demanda insatisfecha se encuentra mediante el análisis de la Demanda menos la Oferta, es importante este dato ya que permite definir el volumen de demanda que aún no está cubierta con la oferta actual, y el mercado que podría atenderse con el proyecto.

OFERTA	
OFERTA DE SERVICIOS DE ASESORÍA	27
ASESORÍA TRIBUTARIA GMV	1
TOTAL OFERTA	28

Cuadro Nro. 34

Balance oferta / demanda

SERVICIOS	SERVICIOS DEMANDADOS	DEMANDA ESTIMADA PARA CADA EMPRESA
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	3.766	135
DECL. IVA SEMESTRAL	155	6
DEC. IMP RENTA	2.291	82
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	1.941	69
DEC. RETENCIONES IR	1.941	69
ANEXOS TRANSACCIONALES	1.010	36
ANEXO RET. REOC	39	1
ANEXO IR RDEP	39	1
ANEXO ICE	1.281	46
DEC. RISE	427	15
TOTALES	12.891	460

Fuente: Encuestas

Elaboración: Gardenia Mendoza

El valor de 460, representan la suma de los servicios que representan una Demanda Insatisfecha Mensual que la micro empresa Asesoría Tributaria GMV podría atender. Que anualmente podrían ser 5.525 servicios que se podrían atender, valor importante para poder calcular el Precio, al relacionar el Costo Fijo dividido para el total de servicios prestados al año, como se verá más adelante.

Cuadro Nro. 35

Estrategias de competidores

Estrategia	Empresas de asesoría contable
¿Cuáles son las diferencias en comparación con mis productos/servicios? ¿Son estas diferencias significativas?	- Los servicios no son diferentes, ya que el servicio que se ofrece es el mismo, la diferencia radica en los precios, tiempos y ubicación. El SRI recibe la documentación e información de la misma forma para todos
¿Quiénes son los clientes de mis competidores y cuanto difieren de mis clientes?	- Los clientes son empresas y personas naturales que deben también atender sus obligaciones tributarias, es decir que no hay mucha diferencia entre los clientes de la competencia y mis potenciales clientes
¿Cuáles son las ventajas y desventajas de mis competidores en relación a su ubicación?	- Las ventajas es que la distancia entre las parroquias no es tan grade, lo que permite que se pueda viajar y regresar en el mismo día desde y cada una de ellas. - Solamente para el 50% la desventaja es no ubicarse en Vilcabamba.
¿Cuáles son sus debilidades? ¿Cómo puedo utilizarlo?	- La principal debilidad es que en este momento (de acuerdo al SRI y su catastro a agosto del 2014) están cerrados, y aunque podrían reabrir su actividad económica, por ahora no, eso es una debilidad. - Habrá que aprovechar rápidamente esta debilidad, posicionando la empresa Asesoría Tributaria GMV en el mercado y en los usuarios.
¿Cuáles son sus fortalezas? ¿Cómo puedo reaccionar a ellas?	- La fortaleza principal es que ya son empresas con algún tiempo de actividad lo que las hace más conocidas y con una clientela establecida. - La forma de reaccionar es ofreciendo un mejor servicio, más eficiente y de mejor calidad.

“El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción. El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior. Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción)”²

7.7.1. Imagen de la Empresa

IMAGEN PARA LETRERO Y DOCUMENTOS



² <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-marketing-mix>

TARJETA DE PRESENTACIÓN



7.7.2. Producto o Servicio

El servicio que la empresa Asesoría Tributaria GMV ofrecerá es variado según las necesidades de los usuarios pero se pueden generalizar en los siguientes:

- Servicios contables generales (Elaboración de Sistemas Contables personalizados, Elaboración de roles, Análisis de Estados Financieros)
- Elaboración de Anexos Transaccionales
- Cálculo y elaboración de impuestos (IVA, ICE, RISE, Impuesto a la Renta)
- Apoyo en Trámites Fiscales (Declaraciones mensuales, semestrales de IVA, RISE)
- Asesoría Contable en General

7.7.3. Precio de Venta y Cantidad de Ventas

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

Cuadro Nro. 36

Precio de venta estimado

SERVICIO	PV	Impuesto	PVP
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	7,50	12%	8,40
DECLARACIÓN IVA SEMESTRAL	15,00	12%	16,80
DEC. IMPUESTO A LA RENTA	30,00	12%	33,60
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	10,00	12%	11,20
DEC. RETENCIONES IR	15,00	12%	16,80
ANEXOS TRANSACCIONALES	25,00	12%	28,00
ANEXO RET. REOC	10,00	12%	11,20
ANEXO IR RDEP	10,00	12%	11,20
ANEXO ICE	20,00	12%	22,40
DEC. RISE	7,00	12%	7,84

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: Gardenia Mendoza

El precio de venta está estimado en base al análisis económico.

La diferenciación de precios permitirá ser más competitivos, por ello una vez que se identifique el nivel de precios adecuado para cada tipo de servicio, se buscará que sean precios acordes al mercado, ofreciendo un trato personalizado y un seguimiento continuo para que se fortalezca la diferenciación de precios.

7.6.4. Estrategia De Precios

Los precios serán fijados bajo las siguientes estrategias:

Estrategia de precios basado en los costos: Es decir, que dependiendo de los costos operativos y administrativos, se sumará un valor adicional (utilidad) para definir el precio de venta final de cada servicio.

Estrategia de precios basada en la competencia: En este análisis se considerará los precios que la competencia cobra por los servicios relacionados que ellos ofrecen, para definir precios competitivos.

7.6.5. Distribución

El servicio se ofrecerá directamente a los usuarios, aunque se ubicará en una oficina propia en Vilcabamba, por lo que la forma de comercialización será acercándonos a los negocios y personas naturales en sus lugares de residencia y también con atención directa en nuestra oficinas.

7.6.6. Ubicación

Macrolocalización

La macrolocalización considera la zona donde se pretende implementar el proyecto, determinando características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes (macroymicrolocalizacion.blogspot, 2015) Recuperado de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>.

Para este proyecto, se ha considerado aspectos sociales y culturales como fundamentos principales, al ser una zona relativamente cercana, con cantones y poblaciones con

características muy parecidas en su forma de vida, actividades económicas, niveles de educación y estilo de vida. Por ello se ha determinado su ubicación en el cantón Loja, de la provincia de Loja, en la República de Ecuador.

Gráfico Nro. 5

Macrolocalización del proyecto



Fuente: Google

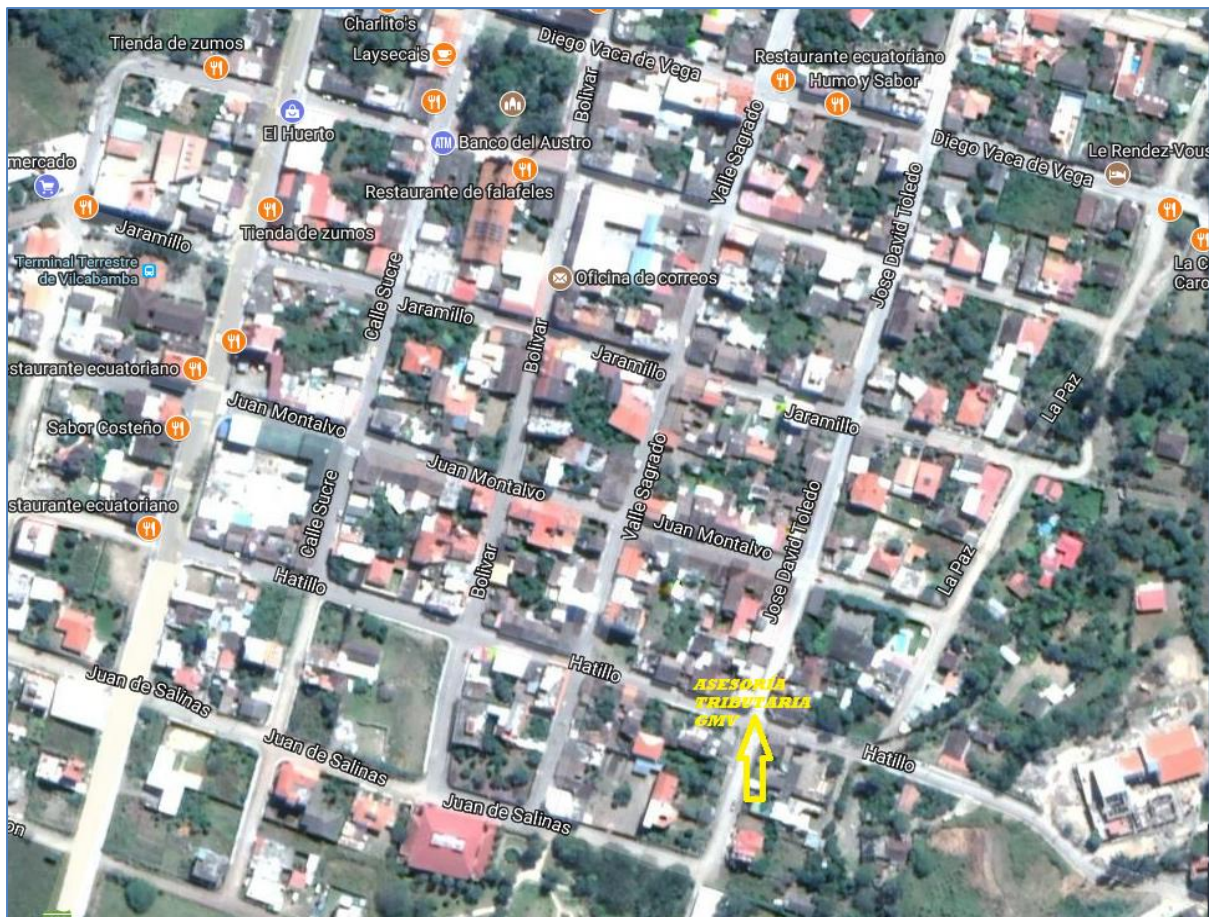
Microlocalización

La microlocalización, “conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona” (macrolocalización.blogspot, 2015) Recuperado de <http://macrolocalización.blogspot.com/>.

La empresa Asesoría Tributaria GMV en la cabecera parroquial de Vilcabamba.

Gráfico Nro. 6

Microlocalización de Asesoría Tributaria GMV



Fuente y Elaboración: Google Maps

7.6.7. Promoción y Publicidad

La promoción y la publicidad son dos aspectos del marketing que van de la mano, ya que mientras en el primero (promoción) se busca aumentar las ventas en el corto plazo, con la segunda (publicidad) se busca el mismo objetivo pero a un plazo mayor. Por ello se buscará establecer estrategias apropiadas para cada uno de los dos aspectos de marketing.

7.6.8. Estrategia De Publicidad

Se incluye un estimado de los medios de publicidad y el potencial egreso económico, para los aspectos de promoción y publicidad.

Cuadro Nro. 37

Distribución estimada de presupuesto de publicidad por medios

CANALES / MEDIOS DE PUBLICIDAD	GASTOS MENSUALES	GASTOS ANUALES	PORCENTAJE SOBRE EL PRESUPUESTO TOTAL PARA LA PUBLICIDAD
RADIO	100,00	1.200,00	91%
DÍPTICOS	5,00	60,00	5%
REDES SOCIALES	5,00	60,00	5%
TOTAL	110,00	1.320,00	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Gardenia Mendoza

7.6.9. Estrategias de Promoción

Todas las empresas requieren de la planificación de su promoción para hacerse conocer, en un principio, para captar clientes, en su etapa de crecimiento y para mantener su imagen, en la etapa de maduración. Incluso para mantenerse en su etapa de declive.

La empresa Asesoría Tributaria GMV, aplicará las siguientes estrategias de promoción:

Correo Electrónico:

Esta estrategia se la utilizará para enviar un mensaje, de ser posible personalizado a las empresas que tengan correos electrónicos en las parroquias del área de influencia del proyecto. Es decir, Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana, para que conozcan la existencia y el tipo de servicio que la empresa Asesoría Tributaria GMV ofertará.

Redes Sociales:

Se abrirá una página en Facebook y en Twitter, para que el conocimiento de los servicios de la microempresa sea mayor y permanente.

Promoción en radio:

Se contratará en radios de cobertura cantonal (Radio Luz y Vida, La Hechicera o Zapotillo Estéreo), espacios para promocionar a la empresa y sus servicios.

7.6.10. Post Venta

Se establecerá un seguimiento en todo momento a los clientes para ir cubriendo las necesidades específicas que pudieren presentarse, con el fin de fidelizarlos y ampliar la base de clientes por la buena publicidad que ellos puedan hacer a otros usuarios, conocidos o familiares.

Las estrategias de Post Venta serán:

- Llamadas telefónicas aleatorias y periódicas a los clientes
- Mensajes a través de correo electrónico.

7.6.11. Estrategias del Negocio.

Ya como empresa conformada las estrategias que Asesoría Tributaria GMV utilizará se muestran a continuación, de manera que se alcancen los objetivos que la empresa se ha propuesto (www.buenosnegocios.com/notas/359-4-estrategias-crecer, 2015) Recuperado de <http://www.buenosnegocios.com/notas/359-4-estrategias-crecer>.

Estrategia 1. Penetración de mercado. Se trata de crecer con los productos actuales en los mercados actuales, aumentando la participación al profundizar la estrategia. Esto es posible a través de publicidad, promociones, acciones especiales, o baja de precios.

Estrategia 2. Desarrollo de productos. Consiste en ofrecer nuevos productos a los clientes actuales, aumentando de esta forma el volumen total de ventas. A futuro se pretende aumentar la gama de servicios con Auditorías o Manejos de sistema contables computarizados.

Estrategia 3. Desarrollo de mercados. El foco de esta estrategia es alcanzar a segmentos que no son clientes de la empresa, manteniendo los productos actuales. Puede ser llegar a un nuevo tipo de consumidores a través de acciones de marketing o bien por la expansión geográfica, dada por la exportación o la apertura de nuevas sucursales. A futuro se pretende ampliar la cobertura a otros cantones, incluida la capital provincial.

8. Filosofía Empresarial

La Misión es la razón de ser de las empresas, el motivo, fin o el objetivo por el cual existe la empresa. Para Asesoría Tributaria GMV la Misión es:

“Apoyar al correcto manejo tributario de las empresas, negocios y personas naturales que realizan actividad económica en las parroquias surorientales de Loja, a través de la provisión del servicio de asesoría tributaria”

Representa el futuro que se espera alcanzar, es decir la situación futura deseada, la Visión de la empresa Asesoría Tributaria GMV es:

“Llegar a ser la empresa líder en Asesoría Tributaria y Contable en la zona suroriental de Loja”

Los valores, son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de una empresa y permiten crear líneas de comportamiento. Para la microempresa de Asesoría Tributaria GMV los valores serán:

- Compromiso con nuestros clientes
- Honestidad ante nuestros clientes y ante el ente regulador tributario
- Integridad en el manejo de la documentación de nuestros clientes
- Puntualidad a la hora de realizar los trámites tributarios

9. Recursos Humanos y Legales

Los recursos humanos o conocidos actualmente como Talento Humano, representa el activo más valioso de toda empresa, por ello se considera que la microempresa de Asesoría Tributaria GMV tendrá un equipo muy capaz en lo referente a servicios tributarios. El recurso humano necesario es:

- GERENTE (PROPIETARIA) - CONTADORA PÚBLICA AUTORIZADA
- ASISTENTE DE CONTABILIDAD
- SERVICIOS GENERALES

Área: **Administrativa**

Cargo: **Gerente**

Formación profesional: **Estudios Superiores en Administración/Contabilidad**

Funciones:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa
- Planificar, coordinar, organizar y establecer el proceso administrativo más adecuado para el funcionamiento de la empresa.
- Administrar la asignación de recursos y tareas al personal de la empresa
- Buscar clientes y mercados para la empresa Asesoría Tributaria GMV
- Diseñar la planificación de trámites ante el SRI, dependiendo de las necesidades de los clientes

- Aprobar y firmar los trámites ante el SRI, a nombre de la empresa Asesoría Tributaria GMV
- Definir los lineamientos de trabajo específico de cada necesidad tributaria de los clientes

Área: Operativa

Cargo: Ayudante de contabilidad

Formación profesional: Estudios tecnológicos o superiores en Contabilidad y Tributación

Funciones:

- Apoyar en la elaboración de los trámites necesarios ante el SRI
- Realizar los trámites directos en el SRI
- Realizar las tareas definidas por la Contadora en los diferentes servicios de la empresa

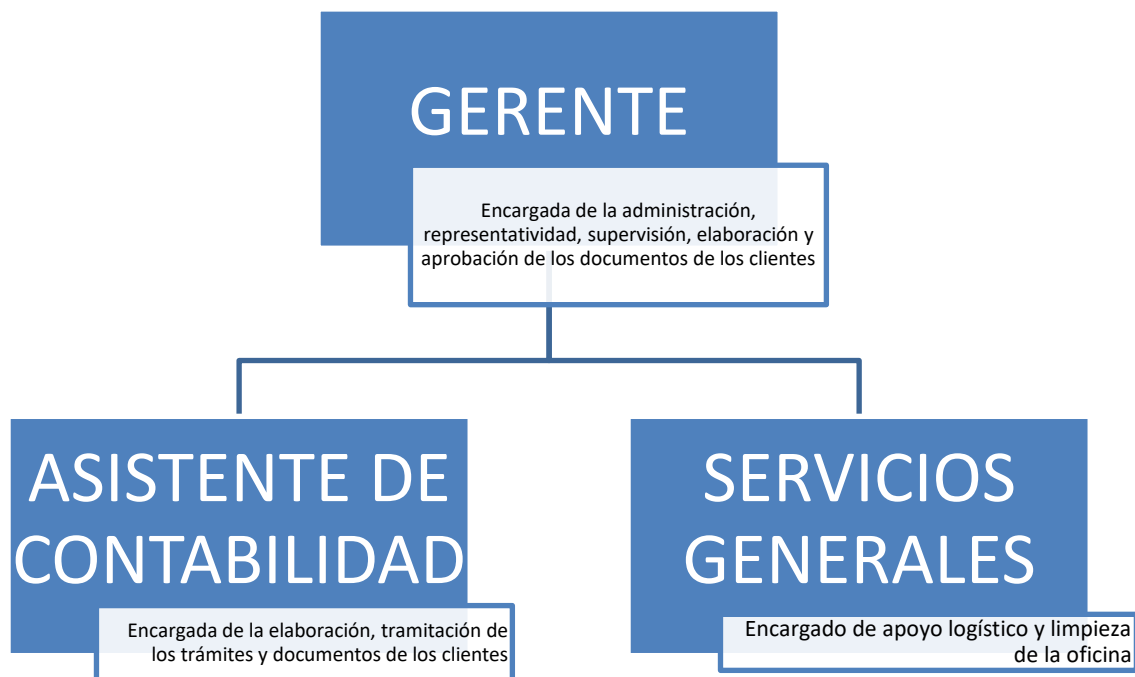
Área: Operativa

Cargo: Servicios generales

Formación profesional: Bachiller

Funciones:

- Apoyar en la gestión con los clientes
- Realizar los trámites de la microempresa
- Realizar las tareas definidas por la Contadora en los diferentes servicios de la empresa



Fuente: Plan de Negocios
 Elaboración: Gardenia Mendoza

10. Legalización Del Negocio.

La empresa Asesoría Tributaria GMV se creará como una microempresa y para ello debe cumplir con los siguientes requisitos legales. Los pasos para la legalización de la empresa serán:

a. Obtención del RUC

Personas naturales

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral

- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

b. Obtener la Patente Municipal

Requisitos para obtener Patente de Personas Naturales

1. Registro Único de contribuyentes actualizado
2. Fotocopia de la cédula de identidad y certificado de votación
3. Formulario debidamente llenado de patente (Ventanilla #12 de recaudaciones)
4. Copia de declaración del impuesto a la Renta (sino está obligado, solo el pago del IVA, de Noviembre y Diciembre del ejercicio económico que se adeude) **Nota:** El cuarto requisito no es necesario, para quienes recién inician la actividad económica.

c. Obtener el Permiso de funcionamiento de los Bomberos

- Informe de inspección
- Copia de la cédula de Ciudadanía del representante o propietario
- Copia del RUC
- Copia de la Patente Municipal

11. ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

Los Insumos son todos los recursos con que contará la organización para desarrollar sus actividades operativas, es decir para la generación del servicio ofertado. La cantidad y calidad de los recursos que se posea, ayuda a definir la capacidad e competitividad que se tenga, junto con la correcta utilización de los mismos.

Para la empresa Asesoría Tributaria GMV, los insumos necesarios se muestran a continuación:

INSTALACIONES	MANO DE OBRA	RECURSOS DE CAPITAL
2 Escritorios	1 Gerente - Contadora	2 Computadores
1 Mesa de reuniones	1 Asistente de Contabilidad	1 Teléfono
4 Archivadores	1 Servicios Generales	3 Calculadoras
4 Sillas de oficina		1 Impresora Multifunción
4 Sillas para clientes		3 Software Contables
1 Pizarra de tiza líquida		1 Software Tributario
		Suministros de oficina
		Suministros de limpieza

El proceso de generación del servicio se activa cuando existe la relación con el cliente, debido a que los diferentes productos que la empresa Asesoría Tributaria GMV ofertará tienen características operativas similares, se describe un proceso que básicamente se puede amoldar a varios servicios.

PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Inicio
- Llegada del cliente
- La asistente recibe al cliente y pregunta sobre su requerimiento
- Se solicita al cliente información sobre su requerimiento
- Se solicita la documentación necesaria
- Se receipta y se revisa la documentación
- Se elabora y se entrega un recibo o acta entrega – recepción

PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

PASO	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	RECURSOS NECESARIOS
- Llegada del cliente	1'	El cliente ingresa y espera en una de las sillas su turno de atención	Local y sillas de espera
- La asistente recibe al cliente y pregunta sobre su requerimiento	3'	La asistente saluda al cliente y hace preguntas sobre la necesidad del mismo	Asistente, escritorio, suministros de oficina
- Se solicita al cliente información sobre su requerimiento	2'	Una vez conocida la necesidad se inquiera sobre los aspectos básicos relacionados al requerimiento y la posibilidad de dar solución al mismo	Asistente, escritorio, suministros de oficina
- Se solicita la	2'	Se solicita la documentación	Asistente,

PASO	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	RECURSOS NECESARIOS
documentación necesaria		necesaria, según el tipo de requerimiento.	escritorio, suministros de oficina
- Se receipta y se revisa la documentación	5'	Se hace un análisis de los documentos y se indica lo faltante o se entrega el sobrante	Asistente, escritorio, suministros de oficina
- Se elabora y se entrega un recibo o acta entrega – recepción	2'	Se elabora un recibo por lo entregado para constancia.	Asistente, escritorio, suministros de oficina
TOTAL TIEMPO	15'		

PROCESO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

- Inicio
- Procesamiento de la información
- Ingreso de información de los documentos al sistema
- Almacenamiento de los datos
- Procesamiento de los datos en el software
- Análisis de cuentas, saldos, ajustes, etc.
- Elaboración de Formularios de Tributación

PROCESO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

PASO	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	RECURSOS NECESARIOS
- Procesamiento de la información	1'	Se evalúan los documentos para el procesamiento	Contadora, Asistente Computador, servicio internet,
- Ingreso de información de los documentos al sistema	3'	Se ingresan a los software adecuados la información de los documentos para el procesamiento	Contadora, Asistente Computador, servicio internet,
- Almacenamiento de los datos	2'	Se almacenan los documentos en carpetas digitales de acuerdo al tipo, al cliente y otras variables.	Asistente, computador, software
- Procesamiento de los datos en el software	2'	Se procesan los datos a través de los diferentes software y utilitarios necesarios	Asistente, computador, software
- Análisis de cuentas, saldos, ajustes, etc.	5'	Se hace un análisis de los documentos y se elaboran ajustes contables, balances de saldos etc.	Asistente, computador, software
- Elaboración de Formularios de Tributación	2'	Se elaboran los formularios adecuados al requerimiento del cliente	A Asistente, computador, software
TOTAL TIEMPO	15'		

PROCESO DE DECLARACIÓN DE IMPUESTOS

- Inicio
- Ingreso al programa DIMM
- Análisis de Formularios de Tributación
- Elaboración de Impuestos
- Elaboración de Anexos Transaccionales
- Ingreso al Sistema en Línea del SRI
- Subir archivos: formularios, anexos, etc.
- Imprimir recibos de recepción

PROCESO DE DECLARACIÓN DE IMPUESTOS

PASO	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	RECURSOS NECESARIOS
- Ingreso al programa DIMM	2'	A través del servicio de Internet, se ingresa a la página web del SRI y al link Servicios en Línea.	Contadora, Asistente Computador, servicio internet,
- Análisis de Formularios de Tributación	3'	Se analizan los formularios elaborados, para evitar cometer errores	Contadora y Asistente, escritorio, suministros de oficina
- Elaboración de Impuestos	5'	Se procede a la elaboración, cálculo y proceso de los impuestos generados, de acuerdo al tipo de requerimiento.	Contadora y Asistente, escritorio, suministros de oficina

PASO	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	RECURSOS NECESARIOS
- Elaboración de Anexos Transaccionales	5'	Se procede a la elaboración, cálculo y proceso de los Anexos Transaccionales, de acuerdo al tipo de requerimiento solicitado.	Contadora y Asistente, escritorio, suministros de oficina
- Ingreso al Sistema en Línea del SRI	5'	Se hace un análisis de los documentos y se indica lo faltante o se entrega el sobrante	Computador, servicio internet,
- Imprimir recibos de recepción.	1'	Se elabora un recibo por lo entregado para constancia.	Computador, servicio internet, impresora, suministros oficina
TOTAL TIEMPO	21'		

SÍMBOLO	NOMBRE DEL SÍMBOLO	DETALLE
	INICIO / FIN	Representación del inicio o del fin de un procesos
	PROCESO	Representación de un procedimiento o actividad dentro del proceso
	INGRESO MANUAL	Ingreso manual de datos al sistema
	ALMACENAMIENTO EN DISCO MAGNÉTICO	Soporte de datos en forma digital
	DOCUMENTO	Cualquier documento ingresado
	CONECTOR	Representación de continuidad en el sistema
	DECISIÓN	Representa una opción de decisión
	MULTI DOCUMENTOS	Representación de análisis e ingresos de varios documentos al sistema
	FLECHAS	Representación De la dirección que siguen los procedimientos

FUENTE: Microsoft Word
 Elaboración: Gardenia Mendoza

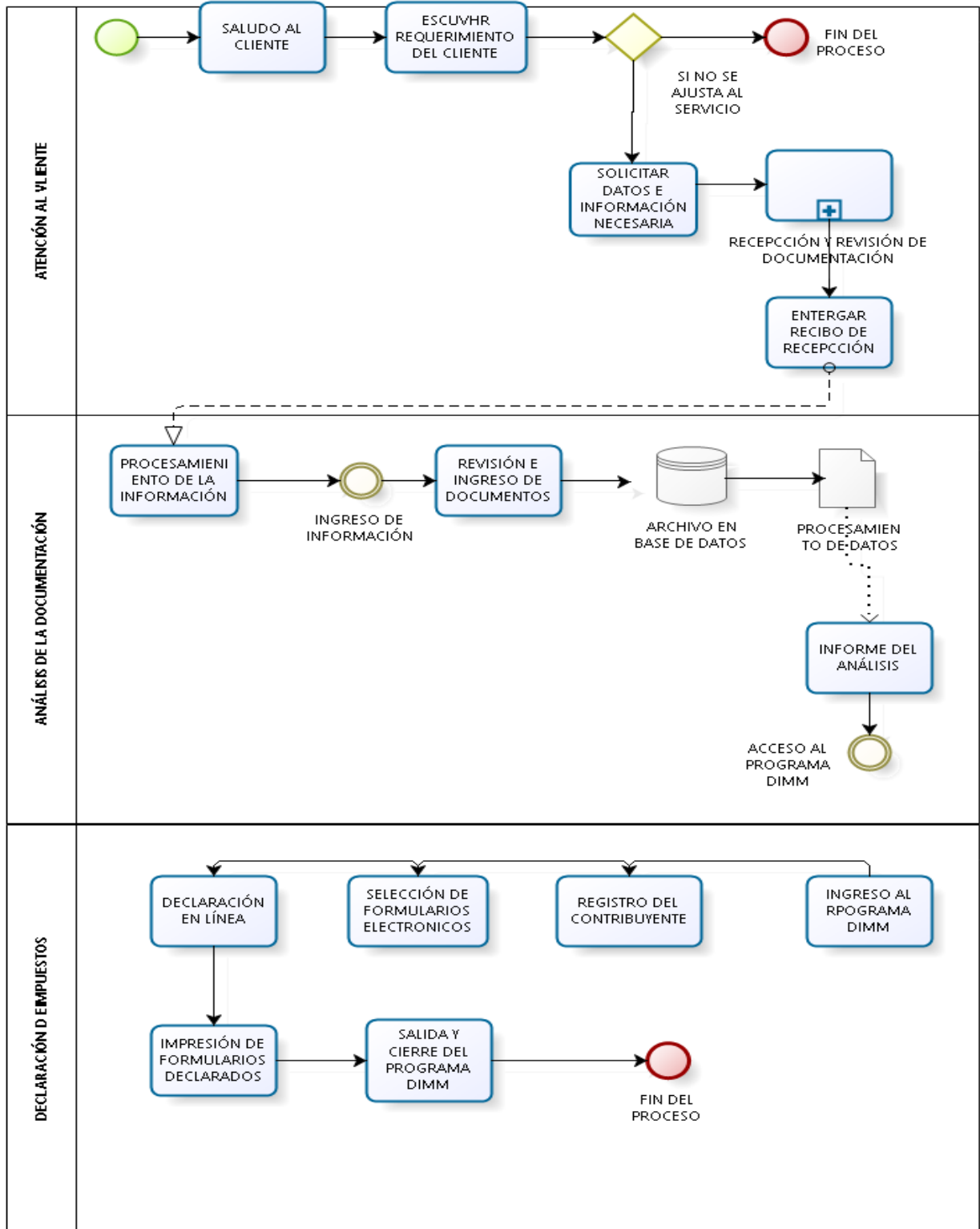


Gráfico Nro. 7

Distribución de la empresa “ASESORÍA TRIBUTARIA GMV”



12. RECURSOS MATERIALES Y ECONÓMICOS

Las inversiones son los gastos que inicialmente se deben realizar para que el proyecto de negocio entre en funcionamiento, por ello se debe conocer cuáles son los rubros en Inversiones Preoperativas, Inversiones Fijas y el Capital de Trabajo requerido para que la empresa Asesoría Tributaria GMV, pueda iniciar sus operaciones.

Cuadro Nro. 39

Cuadro de inversiones del proyecto

INVERSIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
<u>MUEBLES Y ENSERES</u>			
Escritorios	2	65,00	130,00
Sillas	4	25,00	100,00
Sillas de espera	4	15,00	60,00
Mesa reuniones	1	150,00	150,00
Archivadores	4	40,00	160,00
Pizarra líquida	1	45,00	45,00
<u>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</u>			645,00
<u>EQUIPOS DE CÓMPUTO</u>			
Impresora Multifunción	1	240,00	240,00
Computadora laptop	2	950,00	1.900,00
<u>TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO</u>			2.140,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			2.785,00
ACTIVOS DIFERIDOS			

INVERSIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudio de mercado	1	400,00	400,00
Gastos de constitución	1	200,00	200,00
Patentes y licencias	1	50,00	50,00
Adecuaciones del local	1	1.200,00	1.200,00
<u>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</u>			1.850,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Capital de trabajo			2.835,55
TOTAL INVERSIONES			7.470,55

CAPITAL DE TRABAJO

Se define como **capital de trabajo** a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. (Merino, 2017) Recuperado de <https://definicion.de/capital-de-trabajo/>

Para el cálculo del Capital de Trabajo, se considera tanto el Costo Fijo y el Costo Variable anual, y se lo divide para 12 meses. Lo que representa la disponibilidad de Capital para cubrir el primer mes o el primer ciclo de efectivo.

Cuadro Nro. 40

Capital de Trabajo

<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
	PRIMER MES
COSTOS FIJOS	2.259,37
COSTOS VARIABLES	576,18
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2.835,55

La inversión será financiada con recursos propios y un crédito por el saldo, la estructura de financiamiento es la siguiente:

<u>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</u>	
RECURSOS PROPIOS	3.600,77
CRÉDITO	4.000,00
TOTAL FINANCIAMIENTO	2.965,97

TABLA DE AMORTIZACIÓN

CAPITAL:	4.000,00	
TASA DE INTERÉS ANUAL:	18%	
TASA DE INTERÉS MENSUAL:	1,50%	
PLAZO	24	MESES
VALOR CUOTA:	(\$ 199,70)	CON FUNCIÓN PAGO EN EXCEL

CUOTA	CAPITAL INICIAL	INTERÉS	CAPITAL	VALOR CUOTA	SEGURO	SALDO INSOLUTO
1	4.000,00	60,00	139,70	219,70	20,00	\$ 3.860,30
2	3.860,30	57,90	141,79	219,00	19,30	\$ 3.718,51
3	3.718,51	55,78	143,92	218,29	18,59	\$ 3.574,59
4	3.574,59	53,62	146,08	217,57	17,87	\$ 3.428,52
5	3.428,52	51,43	148,27	216,84	17,14	\$ 3.280,25
6	3.280,25	49,20	150,49	216,10	16,40	\$ 3.129,75
7	3.129,75	46,95	152,75	215,35	15,65	\$ 2.977,00
8	2.977,00	44,66	155,04	214,58	14,89	\$ 2.821,96
9	2.821,96	42,33	157,37	213,81	14,11	\$ 2.664,60
10	2.664,60	39,97	159,73	213,02	13,32	\$ 2.504,87
11	2.504,87	37,57	162,12	212,22	12,52	\$ 2.342,74
12	2.342,74	35,14	164,56	211,41	11,71	\$ 2.178,19
13	2.178,19	32,67	167,02	210,59	10,89	\$ 2.011,17
14	2.011,17	30,17	169,53	209,75	10,06	\$ 1.841,64
15	1.841,64	27,62	172,07	208,90	9,21	\$ 1.669,57
16	1.669,57	25,04	174,65	208,04	8,35	\$ 1.494,91
17	1.494,91	22,42	177,27	207,17	7,47	\$ 1.317,64
18	1.317,64	19,76	179,93	206,28	6,59	\$ 1.137,71
19	1.137,71	17,07	182,63	205,38	5,69	\$ 955,08
20	955,08	14,33	185,37	204,47	4,78	\$ 769,71
21	769,71	11,55	188,15	203,54	3,85	\$ 581,56
22	581,56	8,72	190,97	202,60	2,91	\$ 390,58
23	390,58	5,86	193,84	201,65	1,95	\$ 196,75
24	196,75	2,95	196,75	200,68	0,98	(\$ 0,00)
TOTAL		792,71	4.000,00	5.056,95	264,24	48847,59

El **costo o coste** es el **gasto económico** que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. (Merino, 2017) Recuperado de <https://definicion.de/costo/>

Los Costos se dividen en Costos Fijos y Costos Variables, y en total representan los valores que el servicio cuesta para poder ser entregado a los usuarios.

12.3.1. Costos Fijos

Los costos fijos, son aquellos que no varían cuando se producen pequeñas modificaciones en el nivel de actividad de una compañía. Los costos variables, en cambio, se modifican con las fluctuaciones del volumen de producción. (Porto, 2017) Recuperado de <https://definicion.de/costo-fijo/>

Los costos fijos en la generación del servicio de la empresa Asesoría Tributaria GMV debido a las características del servicio ofertado, representan la mayor proporción del Costo Total. Para el cálculo se empieza indicando los gastos administrativos en sueldos:

ROL ASESORÍA TRIBUTARIA GMV

PRIMER AÑO

SUELDOS Y SALARIOS	MENSUAL	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	APORTE IEES	VACACIONES	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
CONTADORA	550,00	45,83	28,33	51,98	22,92	699,06	8.388,70
ASISTENTE CONTABILIDAD	400,00	33,33	28,33	37,80	16,67	516,13	6.193,60
SERVICIOS GENERALES	375,00	31,25	28,33	35,44	15,63	485,65	5.827,75
Total	1.325,00	110,42	85,00	125,21	55,21	1.700,84	20.410,05

Para el segundo año, se incluye los Fondos de Reserva y un aumento al sueldo acorde a la inflación que para, según el Banco Central del Ecuador al mes de enero es del 3,67% la acumulada anual.

ROL ASESORÍA TRIBUTARIA GMV
SEGUNDO AÑO

SUELDOS Y SALARIOS	MENSUAL	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	APORTE IEES	VACACIONES	FONDOS RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
CONTADORA	557,6	46,5	28,3	52,7	23,2	46,4	754,7	9.056,5
ASISTENTE CONTABILIDAD	405,5	33,8	28,3	38,3	16,9	33,8	556,6	6.679,3
SERVICIOS GENERALES	380,1	31,7	28,3	35,9	15,8	31,7	523,6	6.283,1
Total	1.343,2	111,9	85,0	126,9	56,0	111,9	1.834,9	22.018,9

DETALLE DE COSTOS FIJOS

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	Costo Año 1
INTERNET	1	30,00	30,00	360,00
LUZ ELÉCTRICA	1	15,00	15,00	180,00
TELÉFONO	1	35,00	35,00	420,00
AGUA	1	5,00	5,00	60,00
Total			35,00	1.020,00

GASTOS DE VENTAS	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	Costo Año 1
PUBLICIDAD	1	110,00	1.320,00
Total		110,00	1.320,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Cantidad	Costo Mensual	Costo Año 1
Contadora	1	699,06	8.388,70
Asistente Contabilidad	1	516,13	6.193,60
Servicios Generales	1	485,65	5.827,75
Arriendo	1	200,00	2.400,00

Suministros de Oficina	1	10,00	120,00
Suministros de Aseo	1	10,00	120,00
Depreciaciones	1	64,82	777,83
Amortización de Deuda	1		574,55
Amortizaciones Diferidos	1	30,83	370,00
Total			24.772,43

RESUMEN

INSUMOS:	\$ 1.020,00
GASTOS DE VENTAS:	\$ 1.320,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS:	\$ 24.772,43

COSTOS FIJOS TOTALES \$ 27.112,43

12.3.2. COSTOS VARIABLES

La idea de costo variable, se relaciona con el costo que experimenta variaciones cuando se modifica el volumen de producción. A medida que aumenta el nivel de actividad, también aumentan los costos variables. De igual forma, si se reduce la producción, caen los costos variables. (Porto, 2017) Recuperado de <https://definicion.de/costo-variable/>

Cuadro Nro. 41

Cálculo de Costos Variables

SERVICIOS	EMPRESAS POR TIPO DE OBLIGACIÓN	EMPRESA S OFERTA	OBLIGACIONES POR OFERTA	SUMINISTROS	SERVICIOS BÁSICOS	SUMA COSTOS VARIABLES POR TIPO	COSTO VARIABLE POR TIPO
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	3.766	28	135	0,50	0,25	0,75	100,88

SERVICIOS	EMPRESAS POR TIPO DE OBLIGACIÓN	EMPRESA S OFERTA	OBLIGACIO NES POR OFERTA	SUMINI STROS	SERVICIOS BÁSICOS	SUMA COSTOS VARIABLES POR TIPO	COSTO VARIABLE POR TIPO
DECLARACIÓN IVA SEMESTRAL	155	28	6	1,50	1,00	2,50	13,87
DEC. IMPUESTO A LA RENTA	2.291	28	82	3,00	0,50	3,50	286,36
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	1.941	28	69	0,50	0,25	0,75	52,00
DEC. RETENCIONES IR	1.941	28	69	0,50	0,25	0,75	52,00
ANEXOS TRANSACCIONALES	1.010	28	36	0,50	0,25	0,75	27,04
ANEXO RET. REOC	39	28	1	0,50	0,25	0,75	1,04
ANEXO IR RDEP	39	28	1	0,50	0,25	0,75	1,04
ANEXO ICE	1.281	28	46	0,50	0,25	0,75	34,32
DEC. RISE	427	28	15	0,25	0,25	0,50	7,63
COSTO VARIABLE MENSUAL							576,18
COSTO VARIABLE ANUAL							6.914,20

Para **Philip Kotler y Gary Armstrong**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el **precio** es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el **precio** es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. (KOTLER, 2014)

Para la empresa Asesoría Tributaria GMV el precio dependerá del tipo de servicio, ya que son varios productos que se ofertarán y cada uno tendrá un precio, que se relaciona con el

precio que según las encuestas los encuestados están dispuestos a pagar o pagan actualmente, en el siguiente cuadro se muestran esos valores.

Cuadro Nro. 42 Cálculo del precio de venta de los servicios

SERVICIO	CFu	CVu	CTu	Margen Utilidad	PV	Impuesto	PVP
DECLARACIÓN MENSUAL IVA	6,16	0,75	6,91	8,50%	7,50	12%	8,40
DECL. IVA SEMESTRAL	6,16	2,50	8,66	73,25%	15,00	12%	16,80
DEC. IMP RENTA	6,16	3,50	9,66	210,55%	30,00	12%	33,60
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	6,16	0,75	6,91	44,75%	10,00	12%	11,20
DEC. RETENCIONES IR ANEXOS	6,16	0,75	6,91	117,15%	15,00	12%	16,80
TRANSACCIONALES	6,16	0,75	6,91	261,85%	25,00	12%	28,00
ANEXO RET. REOC	6,16	0,75	6,91	44,75%	10,00	12%	11,20
ANEXO IR RDEP	6,16	0,75	6,91	44,75%	10,00	12%	11,20
ANEXO ICE	6,16	0,75	6,91	189,50%	20,00	12%	22,40
DEC. RISE	6,16	0,50	6,66	5,15%	7,00	12%	7,84

Es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde). Por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus

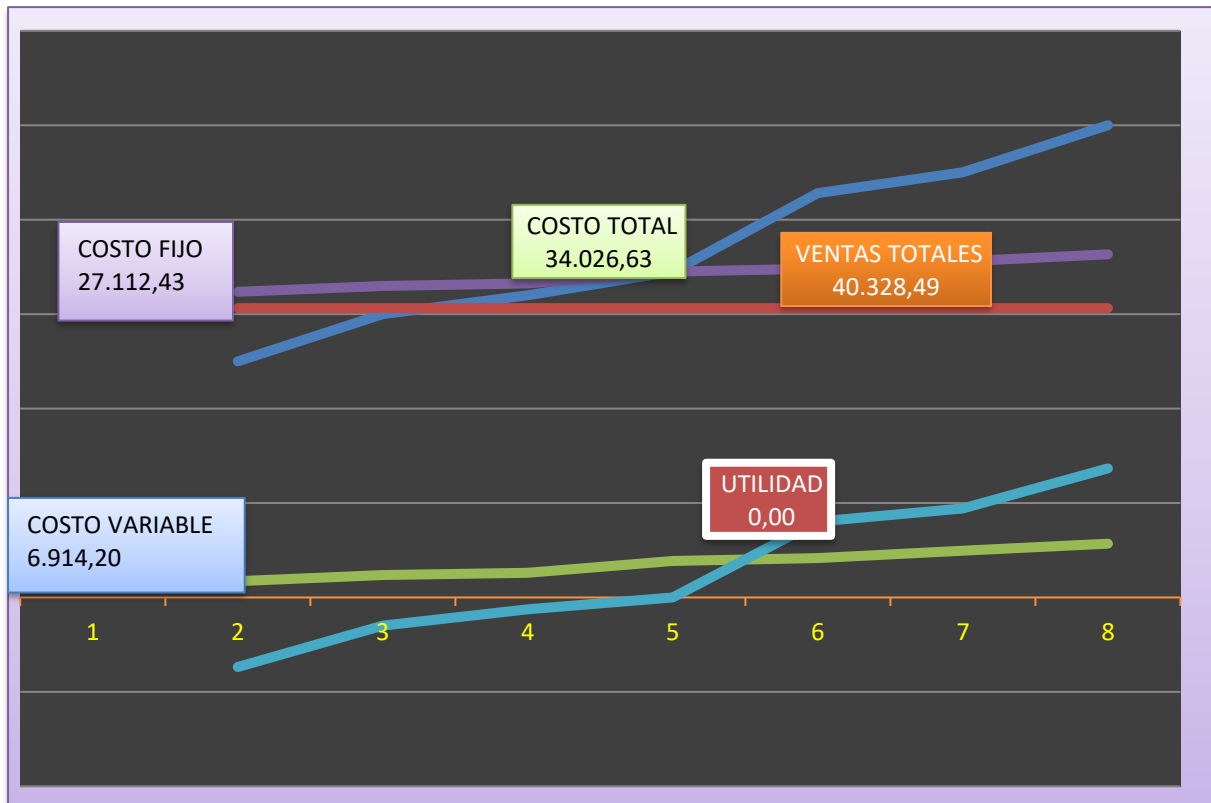
ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas. (Porto, 2017) Recuperado de <https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>

En otras palabras se puede conocer cuál es el nivel de ventas mínimo requerido para que la empresa no tenga pérdidas, de acuerdo al análisis que sigue se puede calcular el valor de las ventas anuales en equilibrio y estimar cuál sería para el mes o para cada día.

	COSTOS FIJOS						
PUNTO DE EQUILIBRIO =	1 -						
	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; border-bottom: 1px solid black;">COSTO VARIABLE</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">VENTAS</td> <td></td> </tr> </table>	COSTO VARIABLE		VENTAS			
COSTO VARIABLE							
VENTAS							
PUNTO DE EQUILIBRIO =	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%; text-align: center; border-bottom: 1px solid black;">27.112,43</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1 -</td> <td style="text-align: center; border-bottom: 1px solid black;">6.914,20</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">40.328,49</td> </tr> </table>		27.112,43	1 -	6.914,20		40.328,49
	27.112,43						
1 -	6.914,20						
	40.328,49						
PUNTO DE EQUILIBRIO =	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%; text-align: center; border-bottom: 1px solid black;">27.112,43</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1 -</td> <td style="text-align: center;">0,171446942</td> </tr> </table>		27.112,43	1 -	0,171446942		
	27.112,43						
1 -	0,171446942						
PUNTO DE EQUILIBRIO =	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%; text-align: center; border-bottom: 1px solid black;">27.112,43</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">0,82855306</td> </tr> </table>		27.112,43		0,82855306		
	27.112,43						
	0,82855306						
<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">PUNTO DE EQUILIBRIO = 32.722,62</td> </tr> </table>		PUNTO DE EQUILIBRIO = 32.722,62					
PUNTO DE EQUILIBRIO = 32.722,62							

GRÁFICO Nro. 8

PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Análisis económico
Elaboración: Gardenia Mendoza

De acuerdo al gráfico anterior, se puede observar que la curva de Costos Totales y la de Ventas Totales se cruzan, cuando el volumen de ventas es de \$ 40.328,49. Siendo este valor el punto de equilibrio que iguala las ventas a los costos (fijos + variables).

De acuerdo al análisis de los costos fijos y variables, la estructura de dichos costos para la empresa Asesoría Tributaria GMV será:

Cuadro Nro. 43

Estructura de Costos Año 1 y Año 2

Estructura de costos anuales	Productos	
	USD Año 1	%
Insumos	6.914,20	20,32%
Gastos de Ventas	1.320,00	3,88%
Gastos Administrativos	24.644,60	72,43%
Depreciaciones	777,83	2,29%
Amortizaciones	370,00	1,09%
Total Costos	34.026,63	100,00%

Estructura de costos anuales	Productos	
	USD Año 2	%
Insumos	7.009,12	20,60%
Gastos de Ventas	1.338,12	3,93%
Gastos Administrativos	28.433,28	83,56%
Depreciaciones	788,51	2,32%
Amortizaciones	375,08	1,10%
Total Costos	37.944,12	111,51%

12.6.1. Costos Proyectados

Los costos proyectados permiten tener una visión de cómo varía la estructura de costos a lo largo del tiempo estimado como de vida útil del proyecto, para ello se debe utilizar una variable que ayude a estimar la variación, en este proyecto se utiliza la inflación promedio como variable que impulsa el aumento de los costos, para la empresa Asesoría Tributaria GMV este detalle se muestra a continuación:

Cuadro Nro. 44

Cuadro de Costos proyectados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Operaciones	6.914,20	7.009,12	7.105,35	7.202,90	7.301,79
Gastos Administrativos	24.644,60	28.433,28	28.823,65	29.219,37	29.620,53
Gastos de Ventas	1.320,00	1.338,12	1.356,49	1.375,12	1.394,00
Depreciaciones	777,83	777,83	788,51	799,34	810,31
Amortizaciones	370,00	370,00	375,08	380,23	385,45
Amortización deuda	574,55	218,17			
EGRESOS	34.601,17	38.146,53	38.449,09	38.976,96	39.512,08

La inflación corresponde a la acumulada a de noviembre de 2017, según el Banco Central del Ecuador:

INFLACIÓN	1,37%
TASA DE CRECIMIENTO	1,37%

Los ingresos hacen referencia a la entrada de dinero que las empresas reciben por concepto de venta de sus productos o servicios o de la venta de activos, e incluso de financiamiento o inversiones. Para la empresa Asesoría Tributaria GMV, el cálculo de los ingresos es:

Cuadro Nro. 45

Cálculo de ingresos

Producción Mensual (unidades)	Producción anual (unidades)
134,51	1.614,14
5,55	11,09
81,82	81,82
69,34	69,34
69,34	832,03
36,05	36,05
1,39	16,64
1,39	16,64
45,76	549,14
15,25	30,51
Total	3.257,41

PVP (Dólares) Sin IVA	Ingreso Mensual	Ingreso Anual Año 1
7,50	1.008,34	12.100,05
15,00	83,21	166,43
30,00	2.454,17	2.454,17
10,00	693,41	693,41
15,00	1.040,24	12.482,90
25,00	901,38	901,38
10,00	13,87	166,42
10,00	13,87	166,42
20,00	915,31	10.983,69
7,00	106,81	213,61
Total	7.230,61	40.328,49

12.8.1. Ingresos proyectados

Así como se proyectan los costos, se proyectan los ingresos dentro de la vida útil del proyecto, para ello se utiliza la misma variable considerada, en este caso la inflación promedio.

Cuadro Nro. 46

Ingresos proyectados

PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	dólares	dólares	dólares	dólares	dólares
DECLARACIÓN IVA MENSUAL	12.100,05	12.266,18	12.434,58	12.605,30	12.778,36
DECL. IVA SEMESTRAL	166,43	168,71	171,03	173,37	175,76
DEC. IMP RENTA	2.454,17	2.487,87	2.522,02	2.556,65	2.591,75
PAGO ANTICIPO IMP. RENTA	693,41	702,93	712,59	722,37	732,29
DEC. RETENCIONES IR	12.482,90	12.654,28	12.828,02	13.004,14	13.182,67
ANEXOS TRANSACCIONALES	901,38	913,75	926,30	939,01	951,91
ANEXO RET. REOC	166,42	168,70	171,02	173,37	175,75
ANEXO IR RDEP	166,42	168,70	171,02	173,37	175,75
ANEXO ICE	10.983,69	11.134,49	11.287,36	11.442,32	11.599,42
DEC. RISE	213,61	216,55	219,52	222,53	225,59
TOTAL VENTAS POR AÑO	40.328,49	40.882,17	41.443,45	42.012,43	42.589,23

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

De acuerdo al análisis de Ingresos, y Egresos ya realizado, se muestra el Estado de Resultados para la empresa Asesoría Tributaria GMV

Cuadro Nro. 47

Estado de Resultados

EMPRESA GMV ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA	
ESTADO DE RESULTADOS	
AL 31 DE DICIEMBRE 2018	
INGRESOS	
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	
VENTAS	40.328,49
COSTO DE VENTAS	6.914,20
Salarios y beneficios a empleados	(20.410,05)
Arriendos	(2.400,00)
Gastos de venta	(1.320,00)
Servicios Básicos	(1.020,00)
Gastos por depreciación	(1.147,83)
Gastos financieros	(574,55)
Otros gastos	(240,00)
Ganancia antes de impuestos	20.130,26
15% Participación Trabajadores	3.019,54
22% Impuesto a la Renta	4.629,96
Ganancias acumuladas al final del año	12.480,76
CONTADORA	GERENTE

El balance general es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los activos, los pasivos y el patrimonio con que cuenta una empresa en un momento determinado.

El balance general se realiza cada año al finalizar el ejercicio económico de la empresa (balance final), permite conocer la situación financiera de la empresa (al mostrarnos cuál es el valor de sus activos, pasivos y patrimonio), analizar esta información (por ejemplo, saber cuánto y dónde ha invertido, cuánto de ese dinero proviene de los acreedores y cuánto proviene de capital propio, cuán eficientemente está utilizando sus activos, qué tan bien está administrando sus pasivos, etc.), y, en base a dicho análisis, tomar decisiones.

El balance General inicial para la empresa Asesoría Tributaria GMV se muestra a continuación:

Cuadro Nro. 48**Balance General**

EMPRESA GMV ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA			
BALANCE GENERAL			
01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Efectivo y equivalentes de efectivo	12.480,76	Préstamo a largo plazo	2.178,19
ACTIVOS FIJOS			
Propiedad, planta y equipo			
EQUIPOS DE CÓMPUTO	2.140,00		
- Dep. Acumulada Equipos Cómputo	(64,50)		
MUEBLES Y ENSERES	580,50		
- Dep. Acumulada Muebles y Enseres	(713,33)		
PATRIMONIO			
TOTAL ACTIVOS FIJOS	1.942,67	CAPITAL	1.614,48
		Utilidad del período	12.480,76
ACTIVO DIFERIDO		TOTAL PATRIMONIO	14.095,24
GASTOS CONSTITUCIÓN	1.850,00		
- Amortización Diferidos	(370,00)		
TOTAL ACTIVOS	16.273,43	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.273,43
CONTADORA		GERENTE	

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

La diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo se conoce como saldo, el cual puede ser favorable (cuando los ingresos son mayores que los egresos) o desfavorable (cuando los egresos son mayores que los ingresos).

A diferencia del estado de resultados, el flujo de caja muestra lo que realmente ingresa o sale de “caja”; por ejemplo, registra el pago de una compra, pero no la depreciación de un activo, que implica un gasto, pero no una salida de efectivo.

El Flujo de Caja proyectado, utilizando las proyecciones de Ingresos y Egresos de la empresa Asesoría Tributaria GMV, se muestra a continuación:

Cuadro Nro. 49

Flujo de Caja GMV

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos operativos						
Ventas		40.328,49	40.882,17	41.443,45	42.012,43	42.589,23
Valor residual						739,17
Capital de trabajo						2.835,55
Ingresos por financiamiento						
Préstamo	4.000,00					
Total ingresos	4.000,00	40.328,49	40.882,17	41.443,45	42.012,43	46.163,95
Egresos		1	2	3	4	5
Inversión	-7.470,55					
Reinversión equipos cómputo					833,33	
Costo de ventas		34.601,17	38.146,53	38.449,09	39.810,30	39.512,08
Total egresos		34.601,17	38.146,53	38.449,09	39.810,30	39.512,08
Utilidad		5.727,32	2.735,64	2.994,36	2.202,14	6.651,86
Menos depreciación		1.147,83	1.147,83	1.147,83	851,17	851,17
= Flujo operativo		4.579,49	1.587,81	1.846,53	1.350,97	5.800,70
- Participación trabajadores		686,92	238,17	276,98	202,65	870,10
- Impuesto a la renta		1.007,49	349,32	406,24	297,21	1.276,15
= Flujo menos impuesto		3.572,00	1.238,49	1.440,29	1.053,76	4.524,54
= Utilidad neta		3.572,00	1.238,49	1.440,29	1.053,76	4.524,54
+ Depreciación		1.147,83	1.147,83	1.147,83	851,17	851,17
- Pago principal deuda		1.821,81	2.178,19			
+ Seguros por préstamo		191,52	72,72			
= FLUJO DE EFECTIVO	-3.470,55	3.089,54	280,85	2.588,12	1.904,92	5.375,71

12.11.1. Valor Actual Neto

El VAN y el TIR son dos herramientas financieras procedentes de las matemáticas financieras que nos permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que podemos hacer en un negocio en marcha, tales como el desarrollo de un nuevo producto, la adquisición de nueva maquinaria, el ingreso en un nuevo rubro de negocio, etc. (Crece Negocios) Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir>

Para poder realizar el cálculo se requiere primeramente calcular el Costo de Capital, o también conocida como Tasa de Descuento, el cálculo utiliza tres variables, Inflación, Tasa de Crecimiento y Costo de Oportunidad (Costo de tomar la decisión de hacer la inversión y no realizar otra inversión)

<u>COSTO DE CAPITAL</u>	
INFLACIÓN	1,37%
COSTO DE OPORTUNIDAD	13,00%
COSTO DE CAPITAL	14,37%

En el Costo de Capital incluye la Inflación, ya que es un índice que indica el porcentaje en que los precios aumentan; y, que se utiliza para la determinación del alza de sueldos (aspecto que influiría directamente en los costos futuros). Además el Costo de Oportunidad, que se estima que es lo que podría perder la inversionista si decide hacer otra inversión.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Si es negativo, el proyecto No es viable y si es igual, es indiferente.

CÁLCULO DEL VAN

AÑOS VIDA DEL PROYECTO						
	0	1	2	3	4	5
	-7.470,55	3089,54	280,85	2588,12	1904,92	5375,71
VAN =	- II +	$\frac{FNE_1}{(1+t)^1}$	$\frac{FNE_2}{(1+t)^2}$	$\frac{FNE_3}{(1+t)^3}$	$\frac{FNE_4}{(1+t)^4}$	$\frac{FNE_5}{(1+t)^5}$
VAN =	-7.470,55	$\frac{3089,54}{(1+0,1437)^1}$	$\frac{280,85}{(1+0,1437)^2}$	$\frac{2588,12}{(1+0,1437)^3}$	$\frac{1904,92}{(1+0,1437)^4}$	$\frac{5375,71}{(1+0,1437)^5}$
VAN =	-7.470,55	$\frac{3.089,54}{1,1437}$	$\frac{280,85}{1,3081}$	$\frac{2.588,12}{1,4961}$	$\frac{1.904,92}{1,7112}$	$\frac{5.375,71}{1,9571}$
VAN =	-7.470,55	2.701,28	214,70	1.729,88	1.113,23	2.746,75
VAN =	-7.470,55	+ 8.505,85				
VAN =	1.035,29					

Criterios de Decisión:

- Si el VAN es mayor a CERO, Se Acepta el proyecto
- Si el VAN es menor a CERO, Se Rechaza el proyecto
- Si el VAN es igual a CERO, Es Indiferente

En este análisis, siendo el VAN positivo (mayor a CERO), se sugiere la ejecución del presente proyecto.

12.11.2. Tasa Interna de Retorno

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el VAN sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un

proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el VAN sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Criterios de Decisión:

- Si la TIR es mayor a la Tasa de Descuento, Se Acepta el proyecto
- Si la TIR es menor a la Tasa de Descuento, Se Rechaza el proyecto
- Si el VAN es igual a la Tasa de Descuento, Es Indiferente si se acepta o no el proyecto

VAN NEGATIVO

TASA NEGATIVA						
COSTO DE CAPITAL		19,331%				
AÑOS VIDA DEL PROYECTO						
	0	1	2	3	4	5
	-7.470,55	3089,54	280,85	2588,12	1904,92	5375,71
VAN =	- II +	$\frac{FNE_1}{(1+t)^1}$	$\frac{FNE_2}{(1+t)^2}$	$\frac{FNE_3}{(1+t)^3}$	$\frac{FNE_4}{(1+t)^4}$	$\frac{FNE_5}{(1+t)^5}$
VAN =	-7.470,55	$\frac{3089,54}{(1+0,19331)^1}$	$\frac{280,85}{(1+0,19331)^2}$	$\frac{2588,12}{(1+0,19331)^3}$	$\frac{1904,92}{(1+0,19331)^4}$	$\frac{5375,71}{(1+0,19331)^5}$
VAN =	-7.470,55	$\frac{3.089,54}{1,1933}$	$\frac{280,85}{1,4240}$	$\frac{2.588,12}{1,6993}$	$\frac{1.904,92}{2,0277}$	$\frac{5.375,71}{2,4197}$
VAN =	-7.470,55	2.589,05	197,23	1.523,09	939,43	2.221,62
VAN =	-7.470,55	+	7.470,42			
VAN =	-0,14					

TASA INTERNA DE RETORNO	
TIR	
	$TIR = T_1 - (T_1 - T_2)(VAN_1 - VAN_2 / VAN_1)$
	$TIR = 0,1437 - (0,19991 - 0,1437(1035,29 - (-0,14) / 1035,29)$
	TIR = 19,334%
T₁	14,37%
T₂	19,331%
VAN₁	1.035,29
VAN₂	-0,14

TASA INTERNA DE RETORNO

TIR = 19,3303%

CON FUNCIÓN EXCEL

CRITERIO DE DECISIÓN

Dado que la TIR es mayor que la Tasa de Descuento, el proyecto permite una tasa de Descuento de hasta 19,3%

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

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Cuadro Nro. 49

Período de Recuperación de la Inversión

<i>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</i>		
Años	Flujo de Fondos (Netos de Caja)	Ingresos Acumulados
0	-7.600,97	
1	3.812,16	3.812,16
2	511,12	4.323,28
3	2.821,55	7.144,83
4	2.141,56	9.286,39
5	5.717,32	15.003,70
PRI	=	A + (B - C)
		D

A = Año donde el ingreso acumulado es menor y no superior a la Inversión Inicial

B = Inversión Inicial

C = Ingreso Acumulado que no supere a la Inversión Inicial

D = Flujo de Caja del año donde se recupera la Inversión Inicial

Cálculo:

INTERPOLANDO					
	3	+	7.470,55	-	5.958,52
PRI =			1.904,92		
	3		1.512,04		
PRI =			1.904,92		
PRI =	3,79375				
PRI =	3,794			CÁLCULO TIEMPO	
				AÑOS	3
CALCULO DE LOS MESES				MESES	9,53
1	12				
0,794	9,53				

La inversión se recuperaría en aproximadamente 3 años y 10 meses.

BIBLIOGRAFÍA

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. (2005). CÓDIGO TRIBUTARIO.

ECUADOR.

CELAG. (2017). *Informe de Coyuntura Económica*. Quito.

Crece Negocios. (s.f.). Obtenido de www.crecenegocios.com:

<http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir>

DIARIO EL UNIVERSO. (2017). *Variaciones en el PIB anual*.

elEconomista.es. (2015). www.eleconomista.es. Obtenido de

<http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>

KOTLER. (2014). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Prentice Hill.

macroymicrolocalizacion.blogspot. (2015). Obtenido de [macroymicrolocalizacion](http://macroymicrolocalizacion.blogspot.com):

<http://macroymicrolocalizacion.blogspot.com/>

Merino, J. P. (2017). www.definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/capital-de-trabajo/>

Porto, J. P. (2017). www.definicion.de. Obtenido de <https://definicion.de/costo-fijo/>

www.buenosnegocios.com/notas/359-4-estrategias-crecer. (2015). Obtenido de

<http://www.buenosnegocios.com/notas/359-4-estrategias-crecer>

www.matrizfoda.com. (2015). Obtenido de www.matrizfoda.com/dafo:

<http://www.matrizfoda.com/dafo/>