



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

**Estudio de factibilidad para la implementación de una oficina de
Asesoría tributaria dirigida a personas naturales obligadas y no
obligadas a llevar contabilidad, área urbana del Cantón Gualaceo.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado en

Ingeniera Comercial

Autor: Aucapiña Sangurima Sonia Verónica

Director(a): Econ. Freire Pesántez Andrea Isabel

Cuenca - Ecuador

2020

Dedicatoria

El presente trabajo dedico primero a la Virgen María a quien le debo todo lo que soy y me ha permitido alcanzar las diferentes metas a lo largo de mi vida, a mi madre Ana Sangurima el pilar de mi educación y formación como persona, a mis hermanos Jennifer y Edwin por el apoyo que han logrado fomentar en mi la energía para continuar formándome profesionalmente. Pero en especial a la memoria de mi hermanito Carlitos Aucapiña, su luz y su amor quedo en mi corazón y en cada persona que compartió con él.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad del Azuay, compañeros en especial a mi colega Pedro Freire y profesores que formaron parte de mi vida universitaria, quienes a través de sus enseñanzas y tiempo compartido permitieron formarme profesionalmente.

Agradezco de manera especial a la Econ. Andrea Freire quien con su afectividad, respeto y conocimiento desde el inicio ha sido guía y apoyo durante toda la tesis.

Índice de Contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Ilustraciones y Cuadros	vii
ANEXOS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1. GENERALIDADES.....	3
Introducción	3
1.1 Descripción de la Empresa.....	4
1.1.1. Empresas	4
1.1.2. Empresa de servicio	5
1.1.3. Tributación	6
1.2. Nombre de la Empresa.....	6
1.3. Ubicación	7
1.4. Misión	7
1.5. Visión	8
1.6. Valores	8
1.6.1. Respeto a los colaboradores	8
1.6.2. Transparencia y honestidad.....	8
1.6.3. Aprendizaje y adaptabilidad.....	8
1.7. Plan Organizacional	9
1.7.1. Estructura Organizacional.....	9
1.8. Portafolio de Servicios	18
1.9. Conclusiones	19

CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO.....	20
Introducción	20
2.1. El Mercado	20
2.1.1. Límites del Mercado	21
2.1.2. Estudio de Mercado.....	21
2.2. Análisis de la Demanda.....	21
2.2.1. Segmentación de Mercado	22
2.2.2. Investigación de Mercado	23
2.2.3. Determinación de la Muestra	29
2.2.4. Diseño de la Encuesta	30
2.3. Análisis de Precios	50
2.4. Comercialización.....	51
2.5. Publicidad.....	51
2.5.1. Estrategia Publicitaria	51
2.5.2. Marketing Digital.....	53
2.5.3. Manual de Marca Corporativa	53
2.6. Promoción	57
CAPITULO 3. ESTUDIO DE LA OFERTA.....	59
Introducción	59
3.1. Análisis de la Oferta.....	59
3.1.1. Precios de los Servicios de la Competencia Directa	60
3.1.2. Precios de los Servicios de la Competencia Indirecta.....	61
3.1.3. Fijación de Precios	61
3.2. PESTEL.....	62
3.2.1. Político	62
3.2.2. Económico.....	63
3.2.2.1. PIB.....	63

3.2.3. Sociocultural	67
3.2.4. Tecnológico.....	67
3.2.5. Ecológico.....	67
3.2.6. Legal.....	68
3.3. FODA.....	69
3.4. Conclusión.....	70
CAPITULO 4. ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO	71
Introducción	71
4.1. Inversión Inicial	71
4.1.1. Inversión Fija	72
4.1.2. Inversión Diferida	72
4.1.3. Capital de Trabajo	72
4.1.4. Financiamiento.....	73
4.1.4.1. Amortización del crédito.....	73
4.2. Análisis de Ingresos y Gastos	74
4.2.1. Presupuesto de Ingresos	74
4.2.2. Presupuesto de egresos.....	76
4.3. Análisis de escenarios de proyecto de inversión.....	78
4.4. Flujo de Caja	80
4.4. Punto de Equilibrio	80
4.5. Indicadores de decisión (PR, VAN, TIR)	81
4.5.1. Periodo de Recuperación.....	82
4.5.2. Valor Actual Neto	82
4.5.3. Tasa Interna de Retorno	83
4.6. Conclusión.....	84
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	86

BIBLIOGRAFÍA.....	87
ANEXOS.....	91

Índice de Ilustraciones y Cuadros

Ilustración 1. Nombre y Logotipo de la Empresa	7
Ilustración 2. Organigrama.....	18
Ilustración 3. Identificación de Edad y Sexo	34
Ilustración 4. Nacionalidad y su nivel de instrucción	35
Ilustración 5. Actividad económica.....	36
Ilustración 6. Tipo de contribuyente	37
Ilustración 7. Conocimientos tributarios	38
Ilustración 8. Responsables de las declaraciones	39
Ilustración 9. Frecuencia de contratación de asesoría tributaria	40
Ilustración 11. Calificación del precio por la asesoría	41
Ilustración 12. Tiempo que lleva el negocio	42
Ilustración 13. Estatus y tiempo de servicio del contador en la empresa.....	43
Ilustración 14. Calificación del costo por la asesoría.....	44
Ilustración 15. Considera el cambio de asesor tributario	45
Ilustración 16. Lugar donde prefiera recibir la asesoría.....	46
Ilustración 17. Lugar donde prefiere recibirla asesoría.....	46
Ilustración 18. Aspectos importantes de un servicio de asesoría	47
Ilustración 19. Medios de comunicación más utilizados	48
Ilustración 21. Tarjeta de presentación	52
Ilustración 20. Flayer publicitario	52
Ilustración 22. Portada del manual de marca	54
Ilustración 23. Estilo de marca.....	54
Ilustración 24. Características del logo	55
Ilustración 25. Logotipo presentación blanco y negro	55
Ilustración 26. Variación del Nombre en negro	56
Ilustración 27. Logotipo	56
Ilustración 28. PIB del Ecuador	64
Ilustración 29. Inflación Ecuador	65

Ilustración 30. Tasa activa del Ecuador	66
Ilustración 31. Punto de equilibrio del primer año.....	81
Ilustración 32. Línea del Tiempo	82
Tabla 1. Clasificación de las Empresas.....	5
Tabla 2. Destrezas requeridas	11
Tabla 3. Experiencia Laboral Requerida.....	11
Tabla 4. Destrezas Específicas Requeridas.....	13
Tabla 5. Experiencia Labora Requerida.....	14
Tabla 6. Destrezas Específicas Requeridas.....	16
Tabla 7. Experiencia Laboral Requerida.....	17
Tabla 8. Edad y Sexo	33
Tabla 9. Nacionalidad y Nivel de instrucción	34
Tabla 10. Actividad económica.....	35
Tabla 11. Tipo de contribuyente	36
Tabla 12. Conocimientos tributarios	37
Tabla 13. Responsables de las declaraciones.....	38
Tabla 14. Frecuencia de contratación de asesoría externa	39
Tabla 15. Precio que paga por los trámites tributarios.....	40
Tabla 16. Calificación del precio por la asesoría	41
Tabla 17. Tiempo que lleva el negocio	42
Tabla 18. Estatus y tiempo de servicio del contador en la empresa.....	43
Tabla 19. Calificación del costo por la asesoría.....	44
Tabla 20. Considera el cambio de asesor tributario	45
Tabla 21. Aspectos más importantes de una asesoría	47
Tabla 22. Medios de comunicación más utilizados	48
Tabla 23. Precios promedio de trámites tributarios	50
Tabla 24. Tipografía del Nombre.....	56
Tabla 25. Tipografía de Elementos	57
Tabla 26. Dimensiones de la tipografía.....	57
Tabla 27. Precios de los servicios de la competencia directa	60
Tabla 28. Precios de los servicios de la Competencia Indirecta	61
Tabla 29. Tasa de interés efectivas vigentes	66
Tabla 30. Impuestos	68

Tabla 31. F.O.D.A.....	69
Tabla 32. Inversión Inicial	71
Tabla 33. Inversión Fija	72
Tabla 34. Capital de Trabajo.....	73
Tabla 35. Datos de la Deuda	73
Tabla 36. Sistema Francés.....	74
Tabla 37. Ingresos Mensuales.....	75
Tabla 38. Ingreso Anual.....	75
Tabla 39. Proyección de Sueldos	76
Tabla 40. Beneficios sociales y Provisiones de 2022	76
Tabla 41. Beneficios sociales y Provisiones de 2023	76
Tabla 42. Beneficios y provisiones de 2024	77
Tabla 43. Beneficios y provisiones de 2025	77
Tabla 44. Costos y gastos totales	77
Tabla 45. Gastos de administración	78
Tabla 46. Costos del servicio	78
Tabla 47. Gastos de Ventas.....	78
Tabla 48. Análisis de escenarios	79
Tabla 49. Flujo de Caja	80
Tabla 50. Punto de equilibrio del primer año.....	80
Tabla 51. Proyección del punto de equilibrio	81
Tabla 52. Periodo de recuperación.....	82
Tabla 53. Tasa Interna de Retorno	83

ANEXOS

Anexo 1. Recaudación de Impuestos del Azuay	91
Anexo 2. Guía De Preguntas Entrevista En Profundidad	91
Anexo 3. Precio promedio de los servicios.....	93
Anexo 4. Rendición de Cuentas del Servicio de Rentas Internas (SRI)	94
Anexo 5. Tablas de detalle de muebles y enseres	94

RESUMEN

Debido al crecimiento de las actividades comerciales en el cantón Gualaceo, surge el estudio de factibilidad para la implementación de una oficina de Asesoría tributaria dirigida a personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad del cantón, con el objetivo de brindar servicios tributarios a los contribuyentes que requieren asesoramiento para el cumplimiento oportuno de sus obligaciones.

Para el desarrollo de esta investigación se aplicaron técnicas de investigación cualitativas: entrevistas en profundidad y cuantitativas: encuestas, a personas que residen en el cantón y que realicen o hayan realizado trámites tributarios.

Los resultados permitieron observar que el 53% de los encuestados están dispuestos a contratar los servicios de una nueva asesoría tributaria, permitiendo el ingreso de “F.A.SOCIADOS” para atender al mercado potencial.

Palabras claves: Asesoría tributaria, estudio de factibilidad, tramites tributarios.

ABSTRACT

Due to the growth of commercial activities in the Gualaceo, a feasibility study was developed to implement a tax adviser office aimed at natural people, obliged and not obliged to keep accounts to provide tax services to taxpayers who require advice for the timely fulfillment of their obligations. For the development of this research, qualitative research techniques were applied: in-depth interviews; and quantitative research: surveys to people who live in the canton and who carry out or have carried out tax procedures. The results allowed the conclusion that 53% of the respondents were willing to contract the services of a new tax adviser, this allows the entry of “F.A.SOCIADOS” to serve the potential market.

Keywords: Tax adviser, feasibility study, tax procedures.



Sonia Verónica Aucapiña Sangurima

76896

0984538624

soniaaucapina18@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El incremento de recaudación tributaria generada dentro de los últimos años, según datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), es debido al crecimiento de las actividades económicas de las personas naturales, lo que implica que existen más personas que deben conocer sobre derechos y obligaciones tributarias, por lo cual necesitan o requieren asesoramiento para el manejo y el pago de sus tributos.

Por lo cual se ha considerado la creación de una oficina de asesoría tributaria en el casco urbano del cantón Gualaceo, mismo que se dedicará a prestar servicios de asesoría a personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad, para esto se ha realizado un estudio de factibilidad estructurado en base a cuatro capítulos que se detallan a continuación.

En el primer capítulo del estudio, se identifica la información general de la microempresa, como: su nombre, visión, misión, valores y como parte de la estructura organizacional, se elabora el manual de funciones y el organigrama de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria.

En el segundo capítulo, se encuentra el estudio de mercado, mismo que permite conocer la situación actual de la demanda, recolectando información que permita conocer las opiniones del grupo objetivo mediante la tabulación y análisis de las encuestas realizadas, cuyos resultados permitirán determinar la factibilidad de ingresar al mercado con el servicio de asesoría tributaria.

El tercer capítulo, permite analizar la oferta, de acuerdo a los datos obtenidos a través de la técnica de cliente oculto, se analizarán las oportunidades de ingresar al mercado como asesoría y las amenazas de mantenerse o expandirse.

En el capítulo 4, se realiza un estudio económico-financiero, mismo que permite determinar la factibilidad del proyecto. Para esto, se determina la inversión inicial, se realiza las proyecciones de ingresos y egresos que tendría la oficina; así también, se realiza el cálculo del punto de equilibrio que deberá tener para cubrir todos sus gastos. Para una mejor perspectiva del proyecto se desarrollan los indicadores de toma de decisiones que son: periodo de recuperación, valor actual neto y la tasa interna de retorno.

Finalmente se presenta las conclusiones y de igual manera las recomendaciones que pueden contribuir a la aplicación del proyecto.

CAPITULO 1. GENERALIDADES

Introducción

En este capítulo abordaremos temas relacionados a la descripción de la empresa; identificando su misión, visión, valores, ubicación o localización, teniendo como finalidad conocer su estructura organizacional, así también, su manual de funciones para establecer los cargos y perfiles de los colaboradores. De igual manera se realiza una descripción del portafolio de servicios de la microempresa.

Primero se conceptualiza la pequeña, mediana y microempresa, lo que permitirá conocer a qué sector empresarial pertenecemos; también se indica las características de una empresa de servicios, ya que al ser un intangible, brinda una ventaja competitiva, misma que permitirá ingresar al mercado de la asesoría tributaria de forma inmediata debido a que no necesitamos de una fuerte inversión de capital para su constitución.

Posteriormente se desarrollará un plan organizacional, en el que se detalla los cargos y perfiles de la microempresa mediante un manual de funciones, mismo que permite conocer los requisitos necesarios de cada uno de los puestos; y de esta manera distribuir de forma correcta las diferentes actividades para que la microempresa tenga un correcto funcionamiento.

Finalmente se presenta un listado de los diferentes servicios tributarios que “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria está capacitado para brindar a sus futuros clientes.

1.1 Descripción de la Empresa

La descripción de la empresa es un factor importante para el desarrollo del proyecto, ya que gracias a esto se puede conocer lo que se quiere proyectar al mercado, para lo cual se verán algunos conceptos, estos y otros elementos que permitan explicar por qué se ha escogido el nombre de la empresa.

1.1.1. Empresas

La empresa es el conjunto de factores de producción que trabajan en conjunto, que permiten la producción y comercialización de un producto o servicio para los usuarios en un mercado estratégico, de esta manera se obtendrá un beneficio económico, acercándose al riesgo, y buscando soluciones eficientes para el éxito de la empresa y con la opción de generar fuentes de empleo. (Herrero, 2012)

1.1.1.1. Pequeñas y Medianas empresas

Tradicionalmente las empresas se clasifican de acuerdo a su tamaño como: grandes, medianas y pequeñas. Pymes es la abreviatura para identificar a las pequeñas y medianas empresas, mismas que se caracterizan por su adaptabilidad al mercado, tienen pocos trabajadores, obtienen un bajo ingreso y su inversión es mínima comparada a las corporaciones. (Herrero, 2012)

Pero de acuerdo al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión Del Fomento Y Desarrollo De Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en el Art. 53, que define y clasifica a las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.(Dirección Jurídica, 2014).

Tabla 1. Clasificación de las Empresas

Tipo Empresa	Trabajadores	Valor bruto de las ventas anuales	Montos activos
Micro	1 a 9	< 100.000 USD	Hasta 100.000 USD
Pequeña	10 a 49	1000.001 a 1,000.000	De 100.001 hasta 750.000
Mediana	50 a 199	1,000.001 a 5,000.000	De 750.001 hasta 3,999.999
Grande	Más de 200	< 5,000.001	Más de 4,000.000

Fuente: COPCCI

Elaborado por: Sonia Aucapiña

1.1.1.2. Microempresa

Una microempresa se caracteriza por ser de carácter familiar, en sus inicios estas son dirigidas y organizadas solo por el propietario debido a su dimensión y volumen de producción; y tiene menos de 10 trabajadores lo que permite una dirección más centralizada y reduce el tiempo en la toma de decisiones. (Vázquez et al., 2010)

Su constitución es un factor positivo, considerando que, crear pequeñas microempresas, genera fuentes de empleo, contribuyen al proceso económico y productivo, se conoce que no se necesitan de una gran inversión de capital, y por ser microempresa cuentan con un mínimo de colaboradores, lo cual implica menor gasto administrativo y se adapta con mayor facilidad a los cambios económicos.

1.1.2. Empresa de servicio

Empresa de servicios “son las que venden servicios a los consumidores o a otras compañías con operaciones redituables como meta principal” (Stanton et al., 2007, p. 301). Lo que permite satisfacer una necesidad brindando un servicio y al mismo tiempo cumpliendo con el fin económico del oferente.

1.1.2.1. Características distintivas de servicios.

Las cuatro características que diferencian los servicios de los bienes según (Stanton et al., 2007) son:

- Intangibilidad.- Como los servicios son intangibles, es imposible que los clientes prospectos prueben, degusten, toquen, vean, oigan o huelan, un servicio antes de comprarlo
 - Inseparabilidad.- De manera característica, no se pueden separar los servicios de su creador o vendedor. Más aún, muchos servicios se crean, se ofrecen y se consumen simultáneamente.
 - Heterogeneidad.- Para una empresa de servicios, o incluso para un vendedor individual de los mismos, es difícil, si no imposible, estandarizar el producto. Cada unidad de servicio es un tanto diferente de otra del mismo servicio, debido al factor humano en la producción y la entrega.
 - Carácter perecedero.- Los servicios son sumamente perecederos porque la capacidad existente no se puede guardar o mandar a inventario para uso futuro.
- (p. 305 – 306)

1.1.3. Tributación

Para el país la recaudación tributaria en los últimos años se ha ido fortaleciendo; y, de acuerdo al Código Tributario en el Art. 15 la “Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley”, lo que genera que el cumplimiento de sus obligaciones tributarias sea uno de los objetivos de la administración.(Comisión et al., 2014)

1.2. Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa es “la designación que utiliza una empresa para realizar su actividad en el mercado y que puede o no coincidir con su denominación social, debe ser sonoro y de fácil memorización”. (Herrero, 2012, p. 8)

Por lo cual el nombre de la futura microempresa tiene como enfoque brindar un servicio de asesoría, su nombre está basado en un acrónimo de los fundadores, “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria, es fácil de recordar, e indica el propósito de la microempresa, dedicados a desarrollar actividades de tributación que facilite con la

gestión de las mismas, orientada a la asesoría que permite dar acompañamiento técnico y estratégico a los contribuyentes.

Ilustración 1. Nombre y Logotipo de la Empresa



Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

1.3. Ubicación

La localización o ubicación es un factor importante para la constitución de la microempresa debido a que, del lugar dependerá la comercialización del servicio, esto también permitirá elegir la estrategia del mercado local, ya que “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria se constituirá como una persona natural no obligada a llevar contabilidad inscrita en el Servicio de Rentas Internas (SRI) mediante el Registro Único de Contribuyentes (RUC). La oficina se ubicará en el casco urbano del cantón Gualaceo, debido a que se observa que es un lugar de fácil acceso y en donde se encuentra la mayor concentración de comerciantes, considerando que serán nuestros clientes potenciales.

1.4. Misión

La misión es “la declaración del propósito y el alcance de la empresa en términos del producto y del mercado”. (Chiavenato, 2007, p. 20) Por lo que la misión de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria; es: ser una oficina dedicada al asesoramiento tributario, construyendo vínculos de confianza con los clientes, guiándolos e implementando soluciones en el cumplimiento de sus obligaciones como contribuyentes, logrando el crecimiento y reconocimiento del mercado.

1.5. Visión

La visión “se refiere a aquello que la organización desea ser en el futuro” (Chiavenato, 2007, p. 22). Por esta razón la visión de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria; es: ser una empresa reconocida en el área de asesoramiento que brinda atención personalizada a nivel cantonal, generando valor agregado al equipo de colaboradores, siendo una empresa que mantiene una estrecha relación con sus clientes, basada en principios y valores a fin de contribuir al logro de los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

1.6. Valores

Los valores son el pilar de la cultura, patrones que moldean la conducta, siendo referencias del valor de la empresa. Para la microempresa es necesario contar con valores, mismos que coordinan con las actividades que realiza, lo que pretende es mantener un equilibrio y reflejar el compromiso que tiene tanto la microempresa como los colaboradores, hacia los clientes.(Gan & Triginé, 2012)

1.6.1. Respeto a los colaboradores

“F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria se basa en el respeto a sus colaboradores para que trabajen a gusto y en un ambiente cómodo, mismo que les permita desarrollarse de forma personal y profesional.

1.6.2. Transparencia y honestidad

Ser honestos al trabajar con nuestros clientes, leales a nuestros valores, al igual que con la competencia, transparentes al presentar las cuentas económicas periódicas y accesibles en la oficina.

1.6.3. Aprendizaje y adaptabilidad

“F.A.SOCIADOS” se compromete a estar en constante aprendizaje, debido a que las normativas tributarias son modificables periódicamente, lo cual permitirá ampliar el portafolio de servicios, brindando así una mejor asesoría y adaptándose a los cambios del mercado.

1.7. Plan Organizacional

1.7.1. Estructura Organizacional

Una estructura organizacional “es la capacidad de una organización de estructurarse y reestructurarse para adaptarse a condiciones internas y externas cambiantes para aumentar al máximo el desempeño”. (Lusthaus et al., 2002, p. 53)

Debido a que “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria es una microempresa, su equipo de trabajo estará conformado por tres colaboradores: Gerente, Asesor Tributario y Asesor Comercial; considerando para su contratación los perfiles requeridos dentro del Manual de Funciones de la empresa, mismo que se detalla a continuación:

1.7.1.1. Manual de Funciones o Descripción de Puesto

La descripción de los puestos “es un proceso que consiste en enunciar las tareas o responsabilidades que lo conforman y lo hacen distinto a todos los demás puestos que existen en la organización” (Chiavenato, 2007, p. 226). Esto permitirá que la microempresa tenga un mejor control administrativo, se pueda delegar de mejor manera las funciones y el personal tenga claras sus funciones a desempeñar.

1.7.1.2. Perfil de Puesto por Competencia

1.7.1.2.1. Perfil del Gerente

A. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Puesto:	GERENTE PROPIETARIO
Nombre del Puesto Superior Inmediato:	-----
Departamento al que pertenece:	GERENCIA

B. MISIÓN DEL PUESTO

Planear, organizar y controlar las actividades direccionadas al cumplimiento de metas de la empresa, manejar e interpretar los procesos contables con la finalidad de tomar las decisiones adecuadas en beneficio de la operación y rentabilidad de la empresa.

C. DIMENSIÓN

Cargo:	GERENTE PROPIETARIO
No. Subordinados	2
Dimensiones económicas:	Sueldo fijo
Dimensiones Materiales:	Computadora, esferos, celular, chequera, agenda, memory.

D. ACTIVIDADES ESCENCIALES

- Representar legalmente a la microempresa.
- Planear, organizar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades de la microempresa.
- Documentar informes financieros para los clientes
- Revisar los libros contables de los clientes de ser requeridos.
- Elaborar el balance de los libros financieros de los clientes.
- Auditoría y control de la empresa
- Velar por el cumplimiento de las metas de rentabilidad, producción y otros indicadores de la gestión empresarial.
- Toma de decisiones en las ocasiones de interés para la empresa.

E. COMPETENCIAS

Nivel

Orientación al personal	4
Trabajo en equipo	4
Innovación y desarrollo	4
Enfoque a la calidad y resultados	4

F. DESTREZAS ESPECÍFICAS REQUERIDAS

Estas destrezas se determinan directamente de las actividades esenciales del puesto. Son aquellas que tienen directa relación con el puesto.

Tabla 2. Destrezas requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
Capacidad para aprender	Está asociada a la asimilación de nueva información y su eficaz aplicación. Se relaciona con la incorporación de nuevos esquemas o modelos cognitivos al repertorio de conductas habituales y nuevas formas de interpretar la realidad o de ver las cosas.
Responsabilidad	Ésta competencia está asociada al compromiso con que las personas realizan las tareas encomendadas. Su preocupación por el cumplimiento de lo asignado está por encima de sus propios intereses, la tarea asignada está primero.
Tolerancia a la presión	Se trata de la habilidad para seguir actuando con eficacia en situaciones de presión de tiempo y de desacuerdo, oposición y diversidad. Es la capacidad para responder y trabajar con alto desempeño en situaciones de mucha exigencia.

Fuente: Matriz MPC

G. EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA

Nivel de educación	Tercer Nivel
Título requerido	Contador Público Autorizado (CPA)
Áreas de conocimiento	Contabilidad, Finanzas, Fiscal y Auditoría, Informática Básica, manejo de las páginas del SRI.

H. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA

Tabla 3. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de la experiencia	Detalle
Tiempo de experiencia	-Tres meses _____

	-Seis meses _____ -Un año <u> X </u> -Un año a tres años _____ -Tres a cinco años _____ -Más de cinco años _____
Experiencia en instituciones similares	X
Experiencia en puestos similares	X
Tiempo de adaptación al puesto	3 Meses

Fuente: Matriz MPC

1.7.1.2.2. Perfil Asesor Tributario

A. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Puesto: ASESOR TRIBUTARIO
 Nombre del Puesto Superior Inmediato: GERENTE
 Departamento al que pertenece: ASESORÍAS

B. MISIÓN DEL PUESTO

Servir de apoyo administrativo y financiero a la empresa, brindar el correcto asesoramiento de acuerdo a los trámites requeridos por el contribuyente, estar pendiente de las reformas tributaria, capacitarse constantemente en el tiempo requerido.

C. DIMENSIÓN

Cargo: AUXILIAR ADMINISTRATIVO-CONTABLE
 No. Subordinados -
 Dimensiones económicas: Sueldo fijo
 Dimensiones Materiales: Computadora, esferos, calculadora celular, agenda.

D. ACTIVIDADES ESCENCIALES

- Responder de manera amable y eficaz las llamadas entrantes.
- Atender y brindar información a las personas que requieran ser atendidas
- Recibir y analizar toda la información de nuestros clientes
- Gestionar la información en materia tributaria, mediante el uso y manejo de base de datos tributarios.
- Realizar y archivar reportes de las asesorías que realiza
- Mantener actualizados los documentos y actividades tributarias
- Colaboración con el equipo de trabajo

E. COMPETENCIAS

Nivel

Orientación al personal	3
Trabajo en equipo	3
Innovación y desarrollo	3
Enfoque a la calidad y resultados	3

F. DESTREZAS ESPECÍFICAS REQUERIDAS

Estas destrezas se determinan directamente de las actividades esenciales del puesto. Son aquellas que tienen directa relación con el puesto.

Tabla 4. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
Capacidad para aprender	Está asociada a la asimilación de nueva información y su eficaz aplicación. Se relaciona con la incorporación de nuevos esquemas o modelos cognitivos al repertorio de conductas habituales y nuevas formas de interpretar la realidad o de ver las cosas.
Responsabilidad	Ésta competencia está asociada al compromiso con que las personas realizan las tareas encomendadas. Su preocupación por el cumplimiento de lo asignado está

	por encima de sus propios intereses, la tarea asignada está primero.
Tolerancia a la presión	Se trata de la habilidad para seguir actuando con eficacia en situaciones de presión de tiempo y de desacuerdo, oposición y diversidad. Es la capacidad para responder y trabajar con alto desempeño en situaciones de mucha exigencia.

Fuente: Matriz MPC

G. EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA

Nivel de educación	Estudiante Universitario
Título requerido	Quinto año o egresado
Áreas de conocimiento	Contabilidad, Tributación, Informática Básica, manejo de las páginas del SRI.

H. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA

Tabla 5. Experiencia Labora Requerida

Dimensiones de la experiencia	Detalle
Tiempo de experiencia	-Tres meses _____ -Seis meses _____ -Un año <u> X </u> -Un año a tres años _____ -Tres a cinco años _____ -Más de cinco años _____
Experiencia en instituciones similares	
Experiencia en puestos similares	X
Tiempo de adaptación al puesto	3 Meses

Fuente: Matriz MPC

1.7.1.2.3. Perfil Asesor Comercial

A. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Puesto:	ASESOR COMERCIAL
Nombre del Puesto Superior Inmediato:	GERENTE
Departamento al que pertenece:	VENTAS

B. MISIÓN DEL PUESTO

Buscar nuevos clientes, mantener los clientes y abrir nuevos mercados. El mismo que tiene que cumplir con los siguientes requisitos: de buena presencia, facilidad de palabra.

C. DIMENSIÓN

Cargo:	ASESOR COMERCIAL
No. Subordinados	-
Dimensiones económicas:	Sueldo más comisión
Dimensiones Materiales:	Celular, agenda, viáticos, portafolio.

D. ACTIVIDADES ESCENCIALES

- Conocer el servicio que se brinda
- Vender el servicio
- Fidelizar a los clientes
- Cuidar la imagen
- Elaborar y presentar un reporte de ventas

E. COMPETENCIAS	Nivel
Orientación al personal	3
Trabajo en equipo	3
Innovación y desarrollo	3
Enfoque a la calidad y resultados	3

F. DESTREZAS ESPECÍFICAS REQUERIDAS

Estas destrezas se determinan directamente de las actividades esenciales del puesto. Son aquellas que tienen directa relación con el puesto.

Tabla 6. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle
Capacidad para aprender	Está asociada a la asimilación de nueva información y su eficaz aplicación. Se relaciona con la incorporación de nuevos esquemas o modelos cognitivos al repertorio de conductas habituales y nuevas formas de interpretar la realidad o de ver las cosas.
Responsabilidad	Ésta competencia está asociada al compromiso con que las personas realizan las tareas encomendadas. Su preocupación por el cumplimiento de lo asignado está por encima de sus propios intereses, la tarea asignada está primero.
Tolerancia a la presión	Se trata de la habilidad para seguir actuando con eficacia en situaciones de presión de tiempo y de desacuerdo, oposición y diversidad. Es la capacidad para responder y trabajar con alto desempeño en situaciones de mucha exigencia.

Fuente: Matriz MPC

G. EDUCACIÓN FORMAL REQUERIDA

Nivel de educación	Estudiante Universitario
Título requerido	Tercer año en adelante
Áreas de conocimiento	Marketing, Contabilidad Básica, Informática Básica

H. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA

Tabla 7. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de la experiencia	Detalle
Tiempo de experiencia	-Tres meses _____ -Seis meses <u> X </u> -Un año _____ -Un año a tres años _____ -Tres a cinco años _____ -Más de cinco años _____
Experiencia en instituciones similares	
Experiencia en puestos similares	X
Tiempo de adaptación al puesto	3 Meses

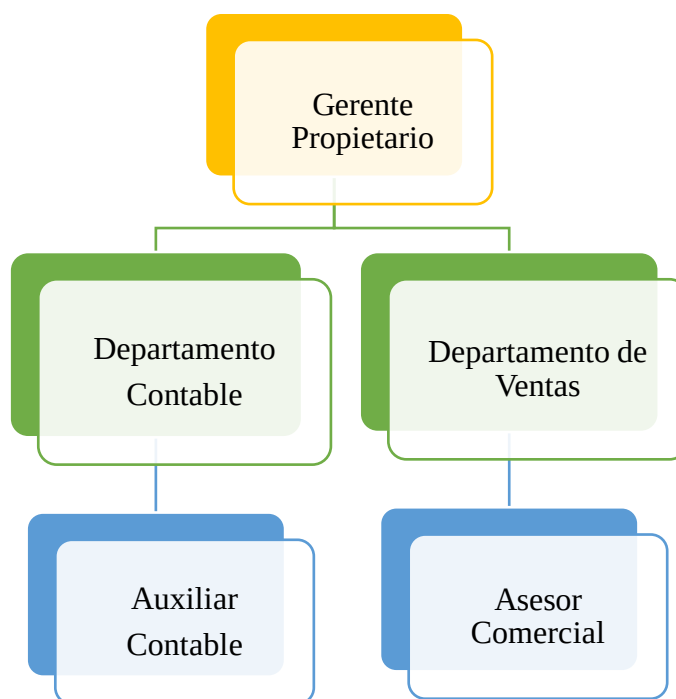
Fuente: Matriz MPC

1.7.2. Organigrama

Los organigramas “son esquemas que representan la estructura formal de las empresas, permitiendo la visualización gráfica simple y directa de la estructura de la organización”. (Ruiz et al., 2013, p. 12)

En la empresa se utilizará la departamentalización Funcional, con esto se pretende organizar a los departamentos de acuerdo a las funciones según las actividades que realicen; es decir, cada departamento se dedicará al área que le compete, agilizando los procesos, distribuyendo las funciones acordes a sus habilidades, haciendo el proceso más eficiente y permitiendo cumplir con las metas de la microempresa.

Ilustración 2. Organigrama



Elaborado por: Sonia Aucapiña

1.8. Portafolio de Servicios

Debido al cambio constante de la normativa tributaria, generando variantes a analizar diariamente, “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria tiene como prioridad contar con personal calificado y que se encuentre en constante actualización sobre temas tributarios. Lo que nos permite contar con herramientas para orientar a nuestros clientes en la optimización de recursos. Su enfoque principal es generar confianza y seguridad en los clientes para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, generando valor agregado y así poder cumplir sus expectativas a través de un servicio eficiente y oportuno.

Contamos con el siguiente portafolio de servicios:

RUC

- Obtención de clave para crear usuario en el portal web
- Actualizaciones

- Reimpresiones
- Certificados tributarios
- Reaperturas y cierres

DECLARACIONES

- Mensuales
- Semestrales
- Impuesto a la Renta

ANEXOS

- Gastos personales

DEVOLUCIONES

- IVA tercera edad
- IVA personas con discapacidad
- Impuesto a la Renta

FACTURAS

- Autorización para su impresión

CUENTA BANCARIA PARA DÉBITO O CRÉDITO

- Registro o anulación

1.9. Conclusiones

La microempresa es una actividad económica que no requiere de una gran cantidad de personal, lo que permite un manejo más preciso del mismo; además, la designación del nombre de la microempresa permite identificarla e ingresar al mercado. Su visión, misión y valores permiten alcanzar los objetivos empresariales y desarrollar estrategias de crecimiento, definiendo la base para la cual ha sido creada la microempresa; y, el portafolio de servicios brinda la información detallada y necesaria que requiere el usuario para la contratación de los mismos.

CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

Introducción

En el presente capítulo se realizará un análisis del mercado, el cual permitirá conocer el comportamiento de quienes requieran servicio de asesoría tributaria, conocer la demanda, desarrollar el manual de marca y conocer los medios de información más utilizados por las personas del cantón.

Primero, para la investigación de mercado, se conocerá su concepto y sus límites, para luego segmentarlo, esto permitirá conocer el mercado objetivo, para lo cual se plantea los objetivos de la investigación, tanto el general como los específicos, luego se establece el tipo de investigación; que, debido a las circunstancias actuales, será de carácter no probabilístico, con el método bola de nieve, mismo que permitirá que las encuestas sean realizadas por referencia, facilitando el contacto con los encuestados.

Luego, con el análisis de los resultados de las encuestas, se podrá identificar: los precios que manejan y los medios en los cuales se promocionan los servicios de asesoría. Para esto se desarrollará el manual de marca, en el cual se incluirá la tipografía del logotipo, a su vez se presenta sus formatos en colores y blanco y negro.

Finalmente, se incluyen las promociones por el uso de los servicios de asesoría tributaria en el cantón.

2.1. El Mercado

El mercado se define como un conjunto de personas con los que la organización puede comercializar, mismos que estarán dispuestos a adquirir un determinado producto o servicio. (Martínez, 2018)

2.1.1. Límites del Mercado

La empresa debe definir los límites del mercado al que se va a dirigir, para lo cual (Martínez, 2018) lo clasifica en base a las siguientes categorías:

Límites físicos: aspectos territoriales o geográficos, que condicionan o restringen el mercado de actuación de la organización.

Límites según las características de las personas consumidoras: los propios atributos del producto o servicio pueden hacer que sea para un grupo específico de personas.

Límites según el uso del producto o servicio: las diferentes utilizaciones que se le pueden dar a dicho producto establecerán los límites del mercado (p.12).

El propósito de establecer los límites del mercado es para conocer sus características, poder encontrar un nicho y realizar estrategias efectivas para su posicionamiento y que le permitan captar más mercado.

2.1.2. Estudio de Mercado

El estudio de mercado permitirá definir el grupo objetivo de la investigación y de esa manera poder identificar: el comportamiento de la demanda de asesorías tributarias, las necesidades y preferencias del mercado; la oferta actual de asesorías; los medios de comunicación más utilizados para enfocar la campaña publicitaria e identificar los recursos necesarios.

2.2. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda permitirá conocer si la oficina contará con el mercado suficiente, para ofertar el servicio tributario, por lo que la demanda se conceptualizará como las “cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un cierto periodo, al mantenerse constante otros factores distintos al precio”. (Keat & Young, 2004, p. 79)

Para conocer la demanda de “F.A.SOCIADOS”, es necesario determinar el tipo de servicio que se ofrecerá en el cantón Gualaceo, mismos que, de acuerdo a los datos

recaudados del Servicio de Rentas Internas (SRI), es el cuarto cantón con mayor recaudación de impuestos en la provincia del Azuay, mismo que presenta un incremento en el 2018 del 4,21% en su recaudación a comparación al año 2017, lo que indica el crecimiento de las actividades económicas en el cantón. **(ANEXO 1)**

Por consecuencia el servicio que se oferta es de asesoría tributaria a personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad por el incremento de actividades económicas, mismo que se caracteriza por realizarse de forma personalizada en la comodidad del domicilio/establecimiento del adquiriente.

2.2.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es organizar mercados grandes en segmentos pequeños y con características similares, con la finalidad de desarrollar estrategias de marketing específicas para cada segmento, facilitando la dirección del marketing y generando mayor impacto publicitario, permitiendo expandir el mercado.(Rosendo, 2018)

2.2.1.1. Mercado Total

Mercado total “está compuesto por el universo de las personas que tienen la necesidad que debe satisfacer un producto o servicio”. (Prieto, 2013, p. 24)

Para determinar el mercado total de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria, se tomará la información del Censo de Población y Vivienda (2010), el cual indica que la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Gualaceo para ese año fue de 22.290 personas.

2.2.1.2. Mercado Potencial

El mercado potencial son personas que forman parte del mercado total que están en condiciones de adquirir un producto o servicio, y son de interés para la empresa en largo plazo. (Prieto, 2013)

El mercado potencial para “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria serán aquellas personas que: por falta de tiempo o por desconocimiento en temas tributarios, buscan

estos servicios con la finalidad de que todos sus trámites sean realizados correctamente y en el tiempo indicado para evitar algún tipo de sanciones.

2.2.1.3. Mercado Meta

Mercado meta es “el conjunto de compradores o usuarios del mercado potencial que tienen necesidades o características comunes, a las cuales la empresa decide atender en el corto plazo”. (Prieto, 2013, p. 24)

“F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria brindará servicios dirigidos a personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad en el cantón Gualaceo.

2.2.1.4. Mercado Objetivo

Mercado objetivo es “un subgrupo más reducido del mercado meta que tiene rasgos distintivos y que buscan una mezcla especial de beneficios que hemos logrado captar y son nuestro grupo estratégico a corto plazo”. (Prieto, 2013, p. 24)

El mercado objetivo de “F.A.SOCIADOS” Asesoría tributaria es toda aquella persona natural obligada y no obligada a llevar contabilidad del casco urbano del cantón Gualaceo que necesiten de asesoría para cumplir con sus trámites tributarios.

2.2.2. Investigación de Mercado

Para realizar una investigación de mercado es indispensable seleccionar el método y las herramientas adecuadas, con la finalidad de obtener información útil para la toma de decisión final. La técnica de investigación de mercado que se utilizará para la recolección de información será la investigación mixta: cualitativa y cuantitativa, mismas que ayudarán a conocer la oferta y demanda de asesorías tributarias en el cantón Gualaceo. Para obtener los resultados deseados, se plantea lo siguientes objetivos:

2.2.2.1. Objetivo General

Conocer el grado de aceptación de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria en el cantón Gualaceo.

2.2.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar el grado de aceptación del servicio de asesoría tributaria.
- Conocer los servicios tributarios más demandados.
- Determinar cuánto estaría dispuesto a pagar el mercado por los servicios de asesoría.
- Determinar la ubicación adecuada para implementar la oficina.
- Conocer los medios de comunicación más utilizados para informarse.

2.2.2.3. Grupo Objetivo

El grupo objetivo de la investigación serán todas aquellas personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad del cantón Gualaceo.

2.2.2.4. Tipo de Investigación

Para conocer el tipo de investigación, se deben seleccionar las herramientas adecuadas para el desarrollo del estudio, se debe conocer las características y las técnicas de investigación a emplear.

2.2.2.4.1. Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa es la “metodología de investigación exploratoria, no estructurada, que se basa en pequeñas muestras y que tiene el propósito de brindar conocimientos y comprensión del entorno de un problema” (Malhotra, 2008, p. 143). Esta investigación se llevará a cabo a través de la técnica de entrevista a profundidad.

2.2.2.4.1.1. Entrevista en Profundidad

El método que se utilizará para tener una visión preliminar de la demanda, y recolectar información que servirá como guía para el desarrollo del cuestionario, es la entrevista en profundidad; que, es una “entrevista no estructurada, directa y personal, en la cual un entrevistador altamente capacitado interroga a un solo encuestado, para descubrir motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos subyacentes sobre un tema” (Malhotra, 2008, p. 158). Para esto se necesitará una guía de preguntas, misma que

ayudará al desenvolvimiento de la entrevista. **(ANEXO 2)**. Una vez aplicadas las entrevistas, se presentará el informe de las mismas.

2.2.2.4.1.2. Informe de las Entrevistas en Profundidad

Las entrevistas en profundidad se realizaron en base a los objetivos de la investigación, mismos que permitan conocer sobre la cultura tributaria de las personas del cantón Gualaceo y la necesidad de adquirir el servicio de asesoramiento tributario.

2.2.2.4.1.2.1. Metodología de la Entrevista en Profundidad

Debido a las circunstancias sanitarias actuales, se realizaron seis entrevistas en profundidad a personas naturales residentes del cantón Gualaceo, la aplicación fue a través de WhatsApp, la misma que tuvo una duración aproximada de 10 minutos, de este modo se pudo obtener datos relevantes para la estructura del cuestionario.

2.2.2.4.1.2.2. Guía de Preguntas y Resultados

¿De qué sector de Guacaleo es Ud.?

De los seis entrevistados contactados cuatro de ellos viven en el centro, de los otros dos: uno vive en San Francisco y el otro en la Subida a Quimshi, lugares fuera del casco urbano

¿Cuál es su nivel de instrucción?

Dos de los entrevistados indica que tienen la secundaria terminada, y de los cuatro de tercer nivel uno se encuentra cursando el nivel y otro se encuentra en estatus egresado.

¿A qué se dedica?

De los entrevistados cuatro tienen negocio propio, uno trabaja bajo relación de dependencia y otro solo es estudiante.

¿En dónde trabaja?

Por la situación sanitaria, actualmente los cinco entrevistados no se encuentran trabajando, aunque uno de ellos continúa estudiando de forma virtual.

¿Ud. realiza o ha realizado declaraciones de impuestos? ¿Cuáles?

Todos los entrevistados han realizado declaraciones de impuestos, siendo estos IVA ya sea semestral o mensual e Impuesto a la Renta.

¿Qué tipo de contribuyente es usted?

Todos los entrevistados son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.

No obligados a llevar contabilidad

¿Quién realiza los trámites de declaraciones tributarias?

Para las declaraciones tributarias los cinco entrevistados cuentan con asesoría externa y uno de ellos realiza personalmente las declaraciones tributarias.

¿Qué opina Ud. sobre los servicios de asesoría tributaria que le brindan?

Los entrevistados opinan que el servicio de asesoría es muy bueno debido a la confianza que les brindan los contadores.

Según su criterio ¿Cuáles son las ventajas de contar con asesoría tributaria?

Para los entrevistados las ventajas de contar con un asesor tributaria son: el ahorro de tiempo y al ser realizados por personas que conocen del tema tributario evitan multas por no entregar a tiempo las declaraciones tributarias.

Según su criterio ¿Cuáles son las desventajas de contar con asesoría tributaria?

Todos los entrevistados coinciden en que no hay desventajas al contar con asesoría tributaria.

¿Qué servicio de asesoría tributaria ha recibido?

Todos los entrevistados han recibido asesoría en la declaración de IVA e Impuesto a la Renta.

¿Con qué frecuencia contrata los servicios de asesoría tributaria externa?

De los seis entrevistados, uno realiza declaraciones de IVA semestral, los otros cinco realizan declaraciones de IVA Mensual; sin embargo, todos realizan declaraciones de Impuesto a la Renta de manera anual.

¿Cuánto pagó por los servicios recibidos anteriormente?

Según los datos proporcionados por los entrevistados el valor cancelado por:

- Declaración de IVA Mensual \$15, 00
- Declaración de IVA Semestral \$30
- Declaración de Impuesto a la renta varía entre \$35,00 a \$50,00 dependiendo de los ingresos y gastos percibidos en el año.

¿Cómo califica el costo por la asesoría que recibió?

De acuerdo a la opinión de los entrevistados el precio por las asesorías recibidas es razonable.

¿Cómo se enteró de la existencia de la consultoría/asesoría tributaria?

En todas las entrevistas indican que las personas que realizan las declaraciones son recomendaciones familiares, ya que estos contadores trabajan con sus familiares desde hace varios años.

¿Estaría dispuesto a cambiarse a otra empresa de asesoría tributaria?

De los seis entrevistados: cinco responden que no estarían dispuestos a cambiarse a una asesoría, por lo contrario, uno de ellos responde que sí debido a que quien le ayuda con los trámites tributarios no le cobran por ser conocido de la familia.

¿Qué factores incidieran para que Ud. se cambie de asesoría?

De acuerdo a los entrevistados el principal factor para que consideren un cambio de asesor sería el profesionalismo de la misma, que brinden un mejor servicio y precios accesibles.

¿Usted prefiere recibir los servicios de asesoría tributaria en su domicilio/ establecimiento o prefiere trasladarse a la oficina de asesoría?

De los entrevistados solo uno prefiere acercarse a la oficina de asesoría tributaria, en cambio los demás indican que prefieren que el asesor llegue al domicilio puesto que con eso evitan el traslado y tienen más tiempo para continuar con sus actividades diarias.

¿En qué lugar le gustaría que se encuentre la asesoría?

El entrevistado que indicó que prefiere ir a la oficina de asesoría, indica que la mejor ubicación sería en el centro del cantón.

¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse?

Para todos los entrevistados los medios de comunicación más utilizados son las redes sociales tales como Facebook e Instagram y un entrevistado también indicó que otro medio de comunicación sería el periódico El Pueblo.

2.2.2.4.1.2.3. Síntesis de las Entrevistas en Profundidad

De los objetivos planteados para la entrevista, se desarrolló cada uno de ellos, los cuales eran: conocer los servicios tributarios más demandados, determinar cuánto está

dispuesto a pagar el mercado por los servicios de asesoría, medios de comunicación más utilizados para informarse sobre los servicios de asesoría.

Al finalizar con cada entrevista, se puede concluir que, los 6 entrevistados no tiene conocimiento de tributación por lo cual acuden a un contador externo, el mismo que trabaja con ellos desde hace muchos años, motivo por el cual ya genera un vínculo de confianza; sin embargo, se considera la oportunidad de ingreso al mercado mejorando servicios y precios.

2.2.2.4.2. Investigación Cuantitativa

La investigación cuantitativa “busca cuantificar los datos y que, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico” (Malhotra, 2008, p. 143). Esta investigación permitirá recolectar información a un grupo amplio de participantes, estableciendo una muestra.

2.2.3. Determinación de la Muestra

La muestra es un “subgrupo de elementos de la población seleccionado para participar en el estudio.” (Malhotra, 2008, p. 335). La muestra representará un grupo más reducido pero que permitirá obtener información más acertada para cumplir con los objetivos.

2.2.3.1. Tipo de Muestra

La investigación cuantitativa nos permitirá conocer el comportamiento de la demanda en el casco urbano del cantón Gualaceo; así pues, primero se definirá una muestra; para la cual se aplicará la técnica de muestreo no probabilístico, que conceptualmente es una “técnica que no usan procedimientos de selección al azar, sino que se basan en el juicio personal del investigador” (Malhotra, 2008, p. 340).

2.2.3.2. Método

Para esta técnica de muestreo no probabilístico se utiliza el método de muestreo por bola de nieve que consiste en “seleccionar al azar al grupo inicial de encuestados, los posteriores se seleccionan con base en las referencias o la información proporcionada

por los encuestados iniciales; para obtener referencias de las referencias” (Malhotra, 2008, p. 345). La recopilación de la información se realizará a través de la encuesta por correo electrónico, misma que permitirá tener mayor alcance, brindando respuestas más precisas, considerando la reducción de tiempo para el encuestador.

2.2.4. Diseño de la Encuesta

En muchos casos el cuestionario es denominado erróneamente encuesta, cuando en realidad son dos conceptos diferentes. La encuesta es “un método de investigación y recolección de datos basados en la entrevista a una muestra representativa, mientras que el cuestionario es el instrumento de aplicación del método de la encuesta” (De la Torre, 2016, pp. 97-98).

De acuerdo a la información obtenida anteriormente, y al no contar con un registro de las personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad del cantón Gualaceo, se aplicará un total de 180 cuestionarios, ya que su criterio de selección no dependerá de la probabilidad y asegura que tenga cierto grado de representatividad, mismos que serán estructurados con la aplicación de formularios de google, enviados vía: correo electrónico, WhatsApp y Facebook, lo cual permitirá conocer la realidad del mercado potencial e identificar agentes externos tales como: desconocimiento de la cultura tributaria, falta de capacitación, es decir quienes necesiten de los servicios de asesoría tributaria.

2.2.4.1. El Cuestionario

Buenos días/tardes, reciba un cordial saludo, soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay, el presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos sobre temas tributarios. Le pido de la manera más amable responder las siguientes preguntas.

Por favor marque con una (X) la casilla que represente su respuesta.

DATOS

Edad

Sexo:

F

1

M

2

DESARROLLO

1. Nacionalidad

Ecuatoriana		1
Extranjera		2
Extranjeros residentes		3

2. Nivel de instrucción

Primaria		1
Secundaria		2
Tercer Nivel		3
Cuarto Nivel		4
Posgrado		5

3. Actividad económica

Negocio propio		1
Trabajador en relación de dependencia		2
Jubilado		3
No trabaja		4

Filtro

Filtro

¿Presenta o ha presentado declaraciones tributarias?

Si		Pasa a la pregunta 5
No		Fin del cuestionario

4. ¿Qué tipo de contribuyente es Ud.?

Persona natural obliga a llevar contabilidad		1
Persona natural no obligada a llevar contabilidad		2
Persona Jurídica		3

5. ¿Tiene Ud. conocimientos de tributación?

Si		1
No		2

6. ¿Quién es el responsable de realizar los trámites tributarios?

Asesor externo	1		Pasa a la pregunta 7
Contador de la empresa	2		Pasa a la pregunta 14
(Si trabaja en relación de dependencia)			
Contador de la empresa	3		Pasa a la pregunta 7
(Si tiene negocio propio)			
Ud. realiza sus trámites tributarios	4		Pasa a la pregunta 14
Familiares le ayudan	5		Pasa a la pregunta 14

7. ¿Con qué frecuencia contrata los servicios de asesoría externa?

Mensual		1
Trimestral		2
Semestral		3
Anual		4

8. De acuerdo a los servicios que Ud. realiza ¿Cuál es el precio que Ud. Paga?

Trámites tributarios	\$10 - \$30	\$31 - \$60	\$61 - \$90	Más de \$90	No paga
Declaración de IVA mensual					
Declaración de IVA semestral					
Declaración de Impuesto a la Renta					
Devolución de IVA por discapacidad					
Devolución de IVA por tercera edad					
Devolución de Impuesto a la Renta					
Apertura de RUC/RISE					
Inscripción de cuenta bancaria					
Solicitud para obtener factureros					

9. ¿Cómo califica el precio por la asesoría que recibió?

Si usted no tiene negocio propio o empresa pasar a la pregunta 14

Muy Alto		1
Alto		2
Razonable		3
Bajo		4
Muy bajo		5

10. ¿Qué tiempo tiene su negocio/empresa?

Especificar si su respuesta es en meses o años

11. El contador de la empresa es:

Bajo Nómina		1
Externo		2

12. ¿Qué tiempo lleva trabajando con el contador?

Especificar si su respuesta es en meses o años

13. ¿Cómo se siente con el servicio que le proporciona el contador?

Muy Satisfecho		1
Satisfecho		2
Poco Satisfecho		3
Insatisfecho		4

14. ¿Estaria dispuesto a contratar nuevos servicios de asesoría tributaria?

Si		1	Pasar a la pregunta 15
No		2	Fin del cuestionario
Talvez		3	¿Por qué?

15 Ud. prefiere recibir los servicios de asesoría tributaria en

Domicilio/Establecimiento		1
La oficina de asesoría		2

16. Enumere del 1 al 5 los aspectos que Ud. considere más importante a la hora de contratar los servicios de asesoría tributaria:

Considerando que 1 es el más importantes y 5 el menos importante.

El personal está al día con la normativa legal	
Se mantenga la confidencialidad de los datos	
Costos accesibles	
Servicio personalizado	
Se preocupen por el cumplimiento de mis obligaciones tributarias	

17. ¿En qué medio de comunicación le gustaría que se den a conocer nuestros servicios?

Redes sociales		1	¿Cuál?
Periódico		2	¿Cuál?
Radio		3	¿Cuál?

18. ¿En qué sector de Gualaceo preferiría que esté la oficina de asesoría tributaria?

Agradecemos su atención, un excelente día.

2.2.4.2. Resultados de la Encuesta

Mediante las encuestas se conocerá información específica sobre los contribuyentes y temas tributarios, se realiza la combinación de variables mismas que buscan una mejor comprensión e interpretación de los resultados obtenidos.

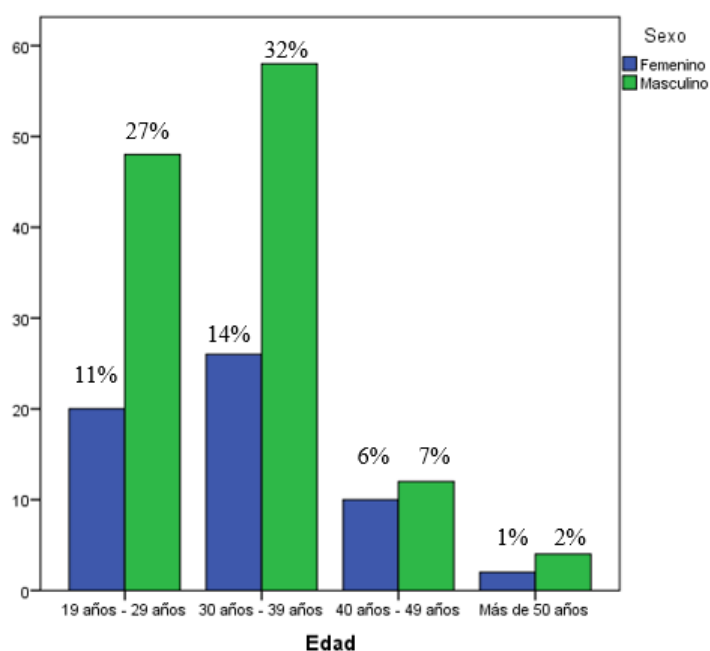
Datos

Tabla 8. Edad y Sexo

Edad	Sexo		Sexo		Total	Porcentaje
	Femenino	Porcentaje	Masculino	Porcentaje		
19 años - 29 años	20	11%	48	27%	68	38%
30 años - 39 años	26	14%	58	32%	84	47%
40 años - 49 años	10	6%	12	7%	22	12%
Más de 50 años	2	1%	4	2%	6	3%
Total	58	32%	122	68%	180	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 3. Identificación de Edad y Sexo



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Del total de encuestados, se puede observar que la mayor concentración de contribuyentes en un rango entre 30 a 39 años el 32% corresponde sexo masculino y el 14% a sexo femenino; seguido del rango entre 19 a 29 años con un porcentaje considerable como del 27% que corresponde al sexo masculino y el 11% al sexo femenino, un 7% del sexo masculino y el 6% al sexo femenino entre 40 a 49 años; a diferencia que solo existe un 2% del sexo masculino y el 1% de sexo femenino mayores de 50 años, en todos los casos el porcentaje del sexo masculino es mayor que el de sexo femenino.

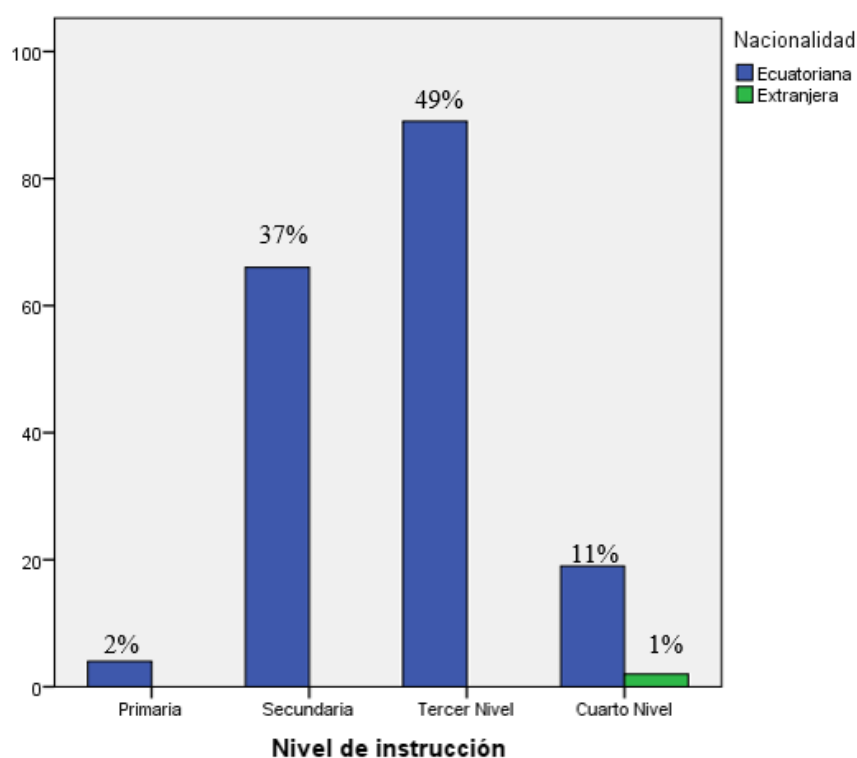
Pregunta 1 y 2

Tabla 9. Nacionalidad y Nivel de instrucción

Instrucción	Nacionalidad				Total	Porcentaje
	Ecuatoriana	Porcentaje	Extranjera	Porcentaje		
Primaria	4	2%			4	2%
Secundaria	66	37%			66	37%
Tercer Nivel	89	49%			89	49%
Cuarto Nivel	19	11%	2	1%	21	12%
Total	178	99%	2	1%	180	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 4. Nacionalidad y su nivel de instrucción



Elaborado por: Sonia Aucapiña

De los 180 encuestados en el cantón Gualaceo, se observa que el 99% es de nacionalidad ecuatoriana. A su vez, dentro de este porcentaje, el nivel de instrucción académica es: 2% primaria, 37% secundaria, 49% Tercer Nivel y 11% Cuarto Nivel. Por otra parte, solo el 1% de los encuestados es de nacionalidad extranjera con instrucción académica de cuarto nivel.

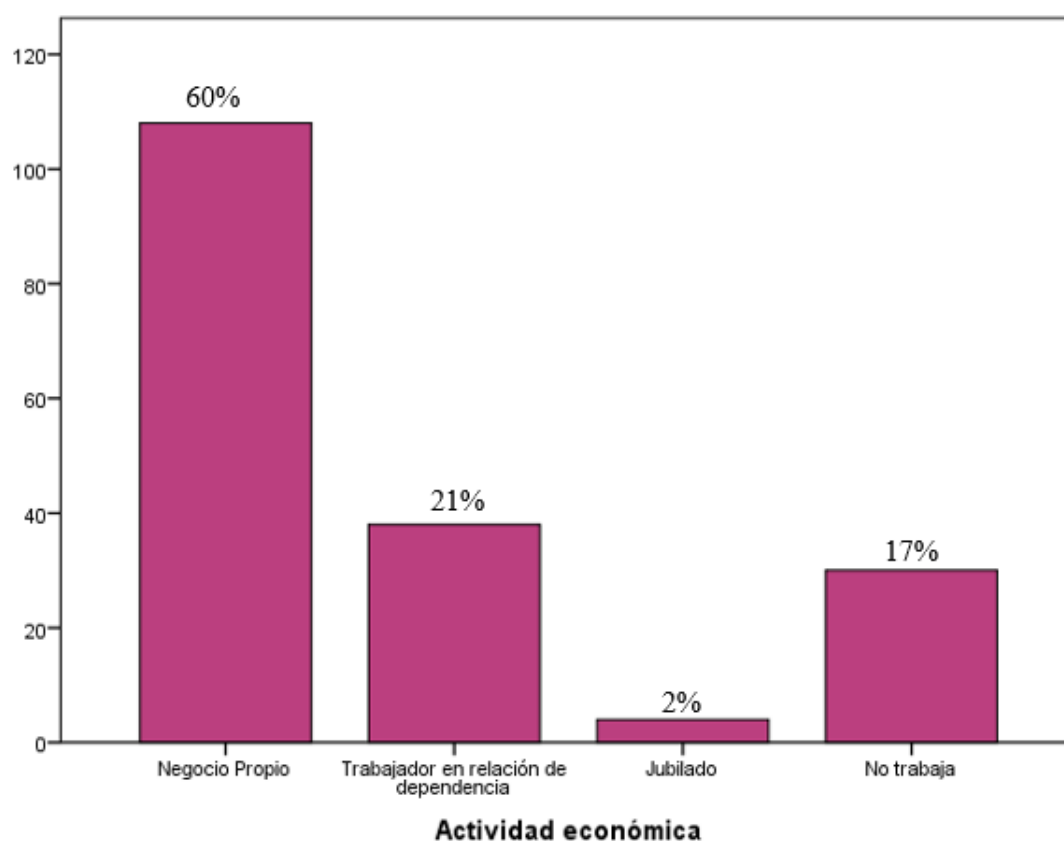
Pregunta 3

Tabla 10. Actividad económica

Actividad económica	Frecuencia	Porcentaje
Negocio Propio	108	60%
Trabajador en relación de dependencia	38	21%
Jubilado	4	2%
No trabaja	30	17%
Total	180	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 5. Actividad económica



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Las encuestas muestran que un 60% de los encuestados tienen un negocio propio, mientras que el 21% trabaja en relación de dependencia, un 2% son jubilados y el 17% no trabaja actualmente.

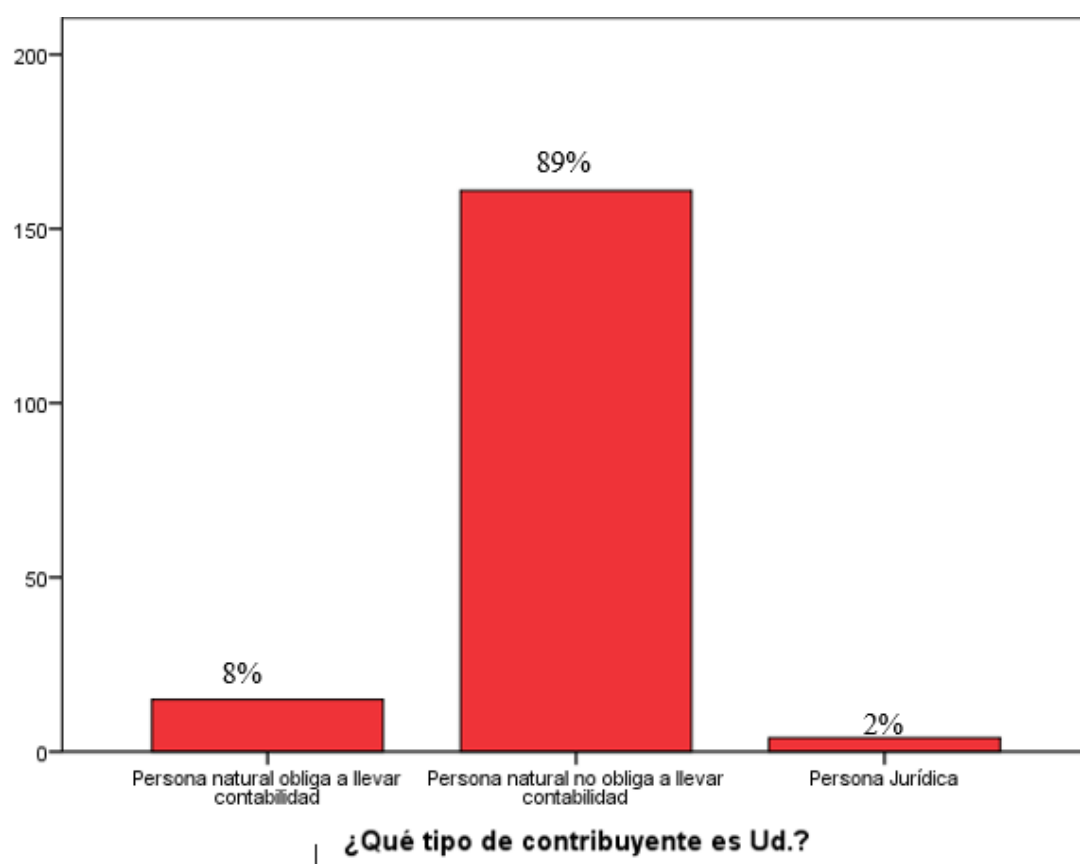
Pregunta 4

Tabla 11. Tipo de contribuyente

Tipo de contribuyente	Frecuencia	Porcentaje
Persona natural obliga a llevar contabilidad	15	8%
Persona natural no obliga a llevar contabilidad	161	89%
Persona Juridica	4	2%
Total	180	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 6. Tipo de contribuyente



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Una pregunta importante que contribuye a la recopilación de datos, es identificar el tipo de contribuyente. Como resultado de la investigación, se puede evidenciar que el 89% de los encuestados son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, seguidos de un 8% correspondiente a personas naturales obligadas a llevar contabilidad, y un 2% son personas jurídicas.

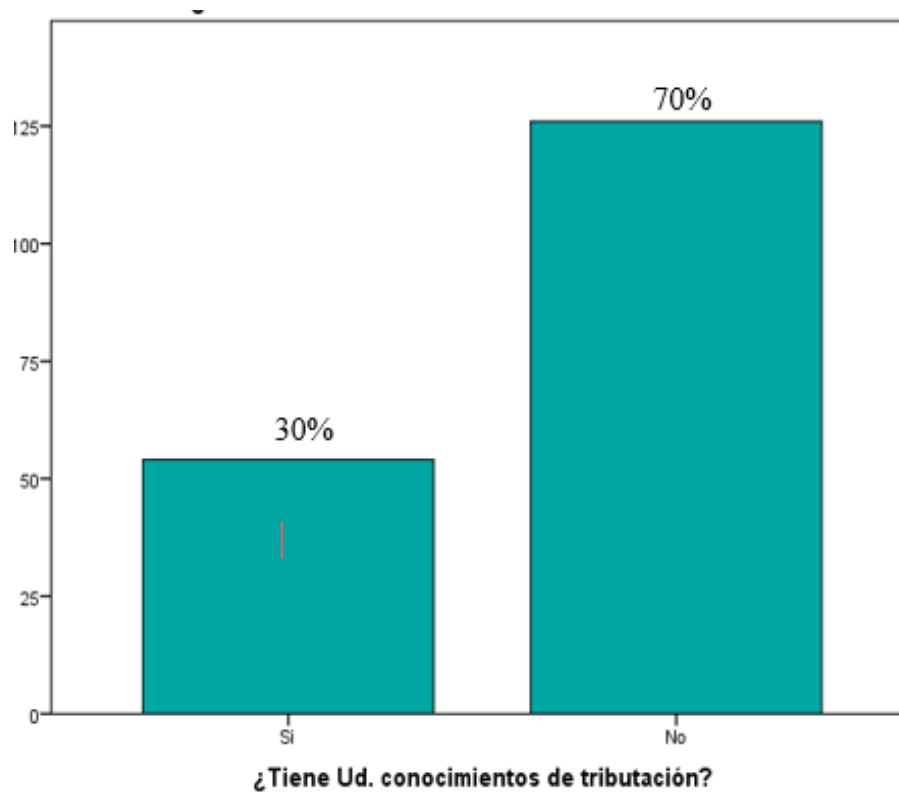
Pregunta 5

Tabla 12. Conocimientos tributarios

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	30%
No	126	70%
Total	180	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 7. Conocimientos tributarios



Elaborado por: Sonia Aucapiña

El 70% de los encuestados no poseen conocimientos de tributación, lo que es un aspecto positivo permitiéndonos ofrecer los servicios de asesoría, mientras que el 30% si tiene conocimientos de tributarios.

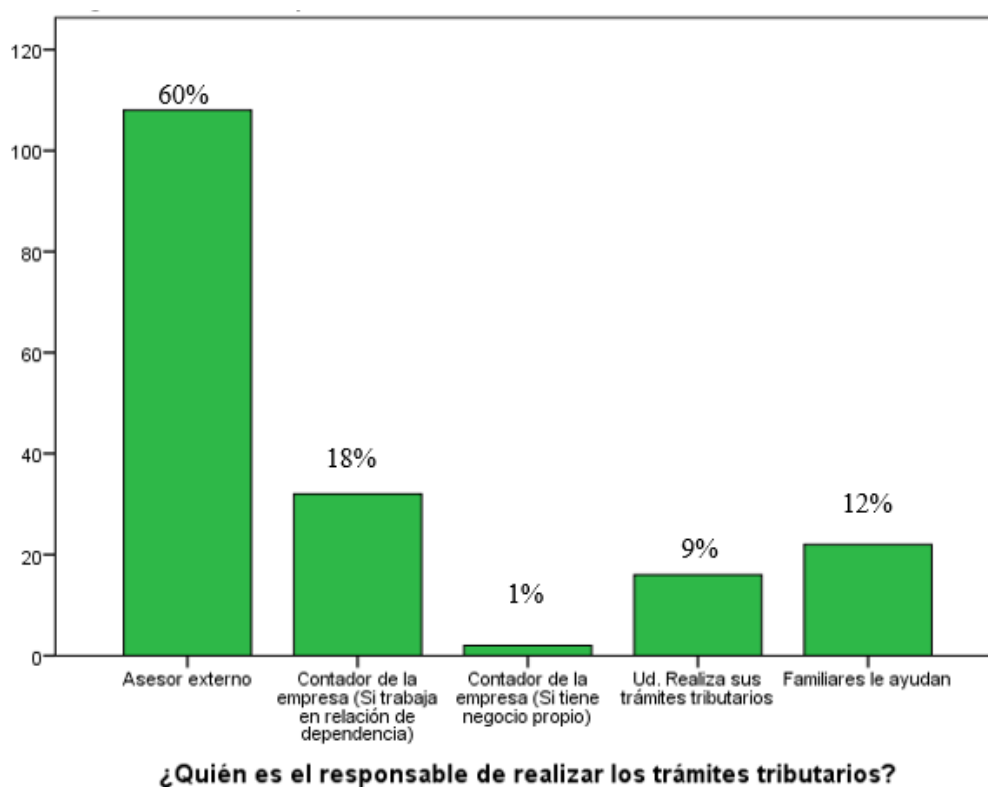
Pregunta 6

Tabla 13. Responsables de las declaraciones

Responsable de realizar los trámites tributarios	Frecuencia	Porcentaje
Asesor externo	108	60%
Contador de la empresa (Si trabaja en relación de dependencia)	32	18%
Contador de la empresa (Si tiene negocio propio)	2	1%
Ud. Realiza sus trámites tributarios	16	9%
Familiares le ayudan	22	12%
Total	180	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 8. Responsables de las declaraciones



Elaborado por: Sonia Aucapiña

De acuerdo a las encuestas realizadas sobre quién es responsables de las declaraciones tributarias, se puede observar que: el 60% requieren los servicios de un asesor externo, el 18% utiliza los servicios del contador de su lugar de trabajo, el 1% cuenta con los servicios del contador de la empresa si tiene negocio propio, el 9% realizan sus propias declaraciones mientras que el 12 % reciben ayuda por parte de familiares.

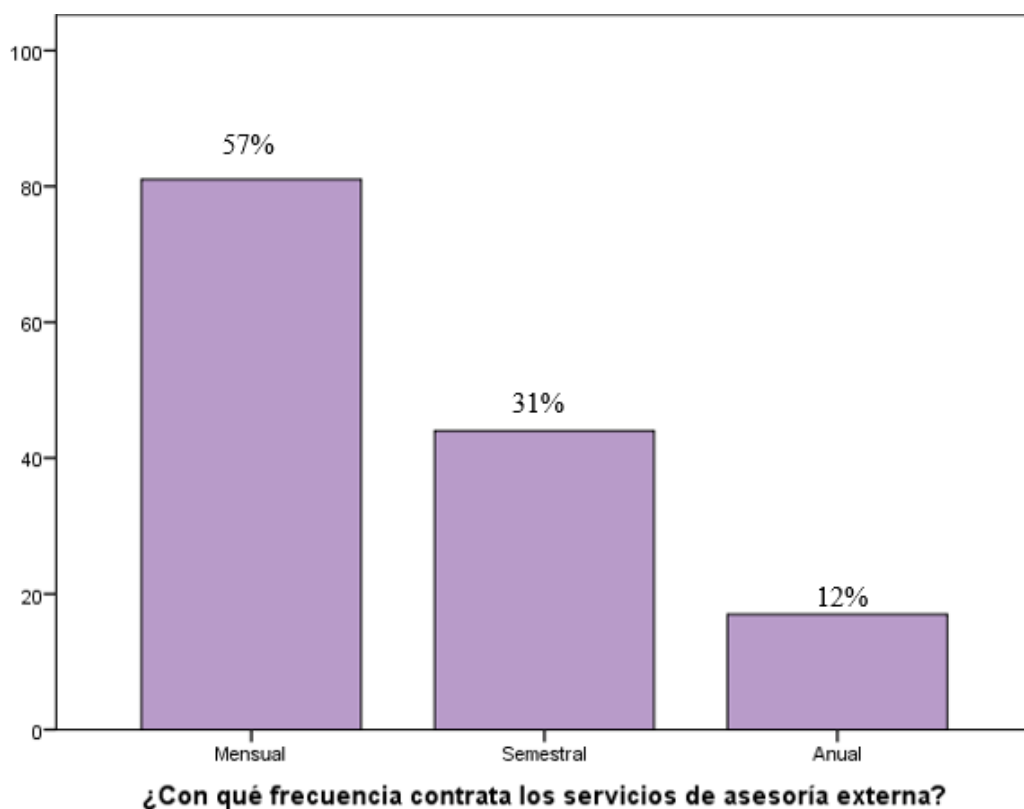
Pregunta 7

Tabla 14. Frecuencia de contratación de asesoría externa

Contratación	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	81	57%
Semestral	44	31%
Anual	17	12%
Total	142	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 9. Frecuencia de contratación de asesoría tributaria



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Del total de encuestados, solo 142 contribuyentes contratan actualmente servicios tributarios, de estos el 57% contrata un asesor o contador para que realice sus declaraciones mensuales, el 31% realizan trámites tributarios de manera semestral y un 12% anualmente ya que solo necesitan trámites esporádicos.

Pregunta 8.

Tabla 15. Precio que paga por los trámites tributarios

Trámites tributarios	\$10 - \$30	Porcentaje	\$31 - \$60	Porcentaje	\$61 - \$90	Porcentaje	Más de \$90	Porcentaje	No paga	Porcentaje	No recuerda	Porcentaje
Declaración de IVA mensual	54	38%	27	19%								
Declaración de IVA semestral	8	6%	30	21%	4	3%						
Declaración de impuesto renta	11	8%	19	13%	20	14%	2	1%				
Devolución de IVA por discapacidad	2	1%	18	13%					2	1%		
Devolución de IVA por tercera edad	5	3%	8	6%	2	1%			2	1%		
Devolución de impuesto renta	3	2%	5	3%					2	1%		
Apertura de Ruc/Rise	4	3%									2	1%
Inscripción de cuenta bancaria	2	1%									2	1%
Solicitud para obtener factureros	5	3%									2	1%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

De las personas que contratan el servicio de un contador, en su mayoría indican que el valor que pagan por sus declaraciones de IVA mensual son entre \$10-\$30, para las declaraciones de IVA semestrales entre \$31-\$60, para el impuesto a la renta entre \$61-\$90, de devolución de IVA por discapacidad entre \$10-\$30, devolución de IVA tercera edad entre \$31-\$60, para la devolución del impuesto a la renta entre \$31-\$60 y para trámites como la apertura del RUC/RISE, inscripción de una cuenta bancaria y la solicitud para obtener facturas impresas, el precio están entre \$10-\$30.

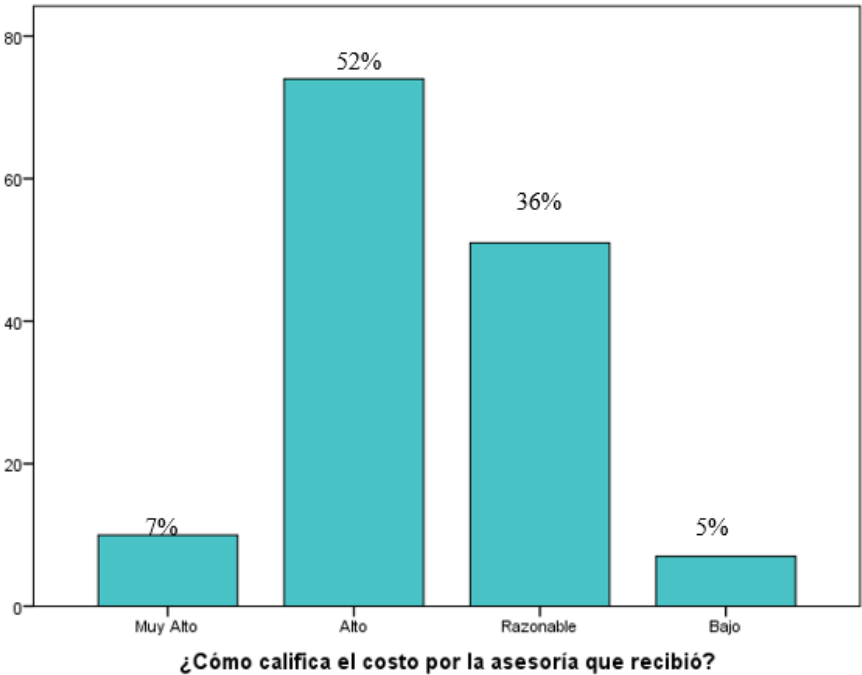
Pregunta 9.

Tabla 16. Calificación del precio por la asesoría

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Muy Alto	10	7%
Alto	74	52%
Razonable	51	36%
Bajo	7	5%
Total	142	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 10. Calificación del precio por la asesoría



Elaborado por: Sonia Aucapiña

De los contribuyentes que hacen uso de asesores o contadores externos, solo un 7% expresa que el costo por los servicios de tributación es muy alto, un 52 % coinciden que los precios que pagan son altos, aunque un 36% lo califica de manera razonable, mientras que un 5% consideran que es bajo debido a que en estos casos son familiares quienes les ayudan.

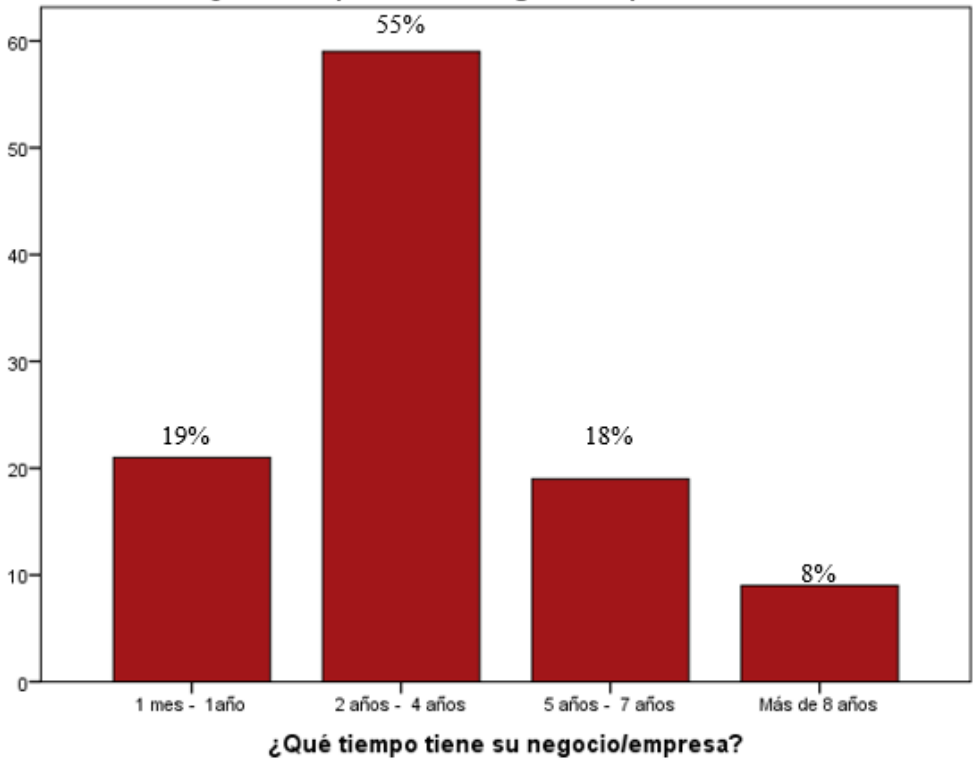
Pregunta 10

Tabla 17. Tiempo que lleva el negocio

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1 mes - 1 año	21	19%
2 años - 4 años	59	55%
5 años - 7 años	19	18%
Más de 8 años	9	8%
Total	108	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 11. Tiempo que lleva el negocio



Elaborado por: Sonia Aucapiña

De los 108 encuestados que tienen negocio propio, el 19% está iniciando su actividad comercial y llevan menos de 1 año, el 55% llevan trabajando entre 2 y 4 años, un 18% tienen entre 5 y 7 años; por otra parte, existe un bajo porcentaje de comerciantes con un 8% cuyo negocio existe desde hace más de 8 años.

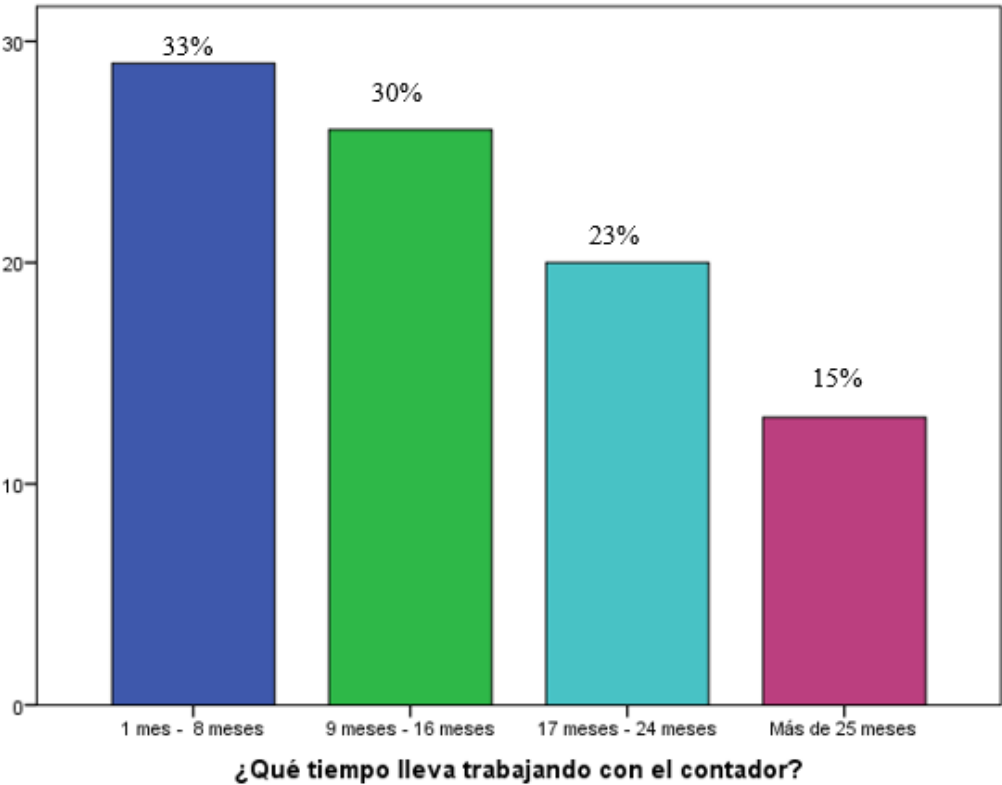
Pregunta 11 y 12

Tabla 18. Estatus y tiempo de servicio del contador en la empresa

Tiempo	El contador de la empresa es:	
	Externo	Porcentaje
1 mes - 8 mes	29	33%
9 meses - 16 m	26	30%
17 meses - 24	20	23%
Más de 25 me:	13	15%
Total	88	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 12. Estatus y tiempo de servicio del contador en la empresa



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Se puede observar que el 33% de los contadores llevan trabajando de 1 a 8 meses, el 30% de 9 a 16 meses, el 23% de 17 a 24 meses y tan solo un 15% más de 25 meses; además todos los contadores trabajan de manera externa, factor favorable por que permiten la opción de cambio de asesor tributario.

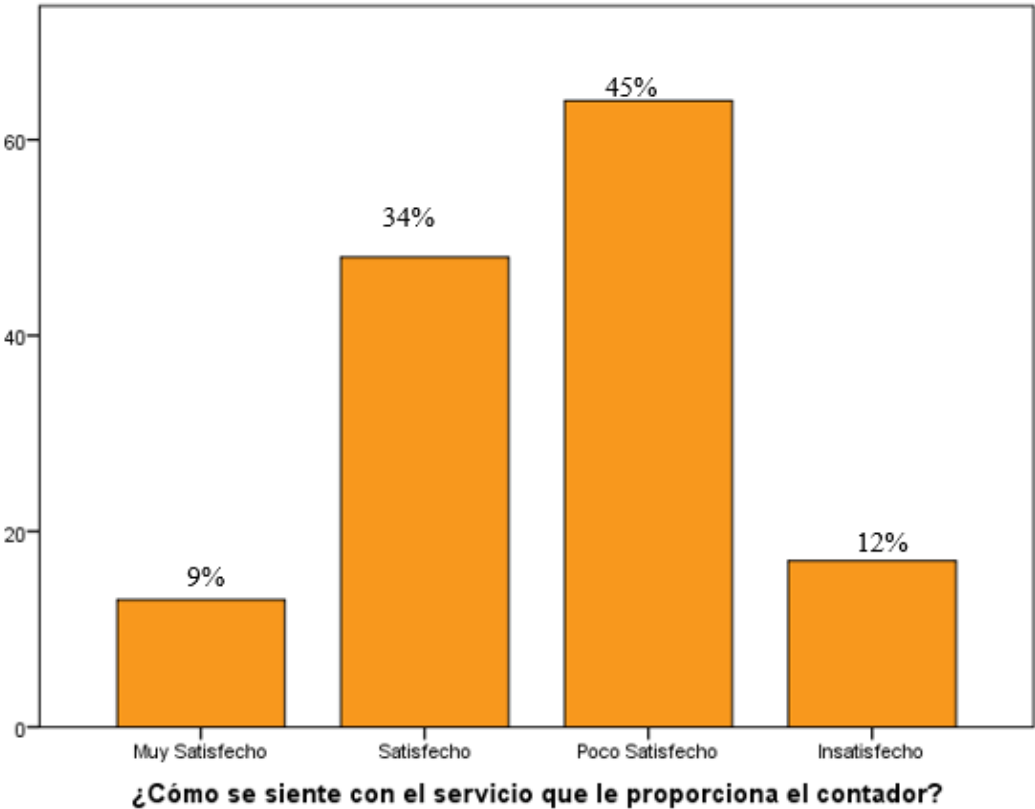
Pregunta 13

Tabla 19. Calificación del costo por la asesoría

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	13	9%
Satisfecho	48	34%
Poco Satisfecho	64	45%
Insatisfecho	17	12%
Total	142	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 13. Calificación del costo por la asesoría



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Se analizó que del total de 142 encuestados que utilizan los servicios de asesoría tributaria, el 9% se encuentran muy satisfechos con el servicio de asesoría tributaria recibido, el 34% está satisfechos, mientras que el 45% indica que se encuentran poco satisfechos con el servicio recibido ya que consideran que los valores cancelados son muy altos y tampoco reciben información sobre lo que están realizando los contadores y tan solo el 12% indica que están insatisfechos.

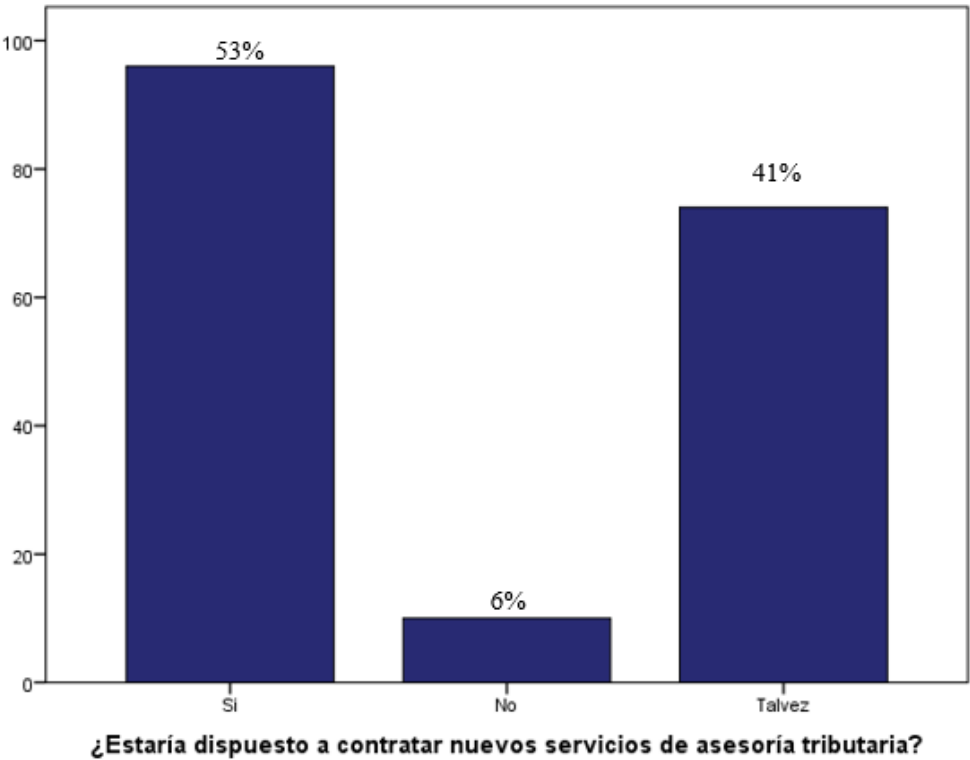
Pregunta 14

Tabla 20. Considera el cambio de asesor tributario

Desición	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	53%
No	10	6%
Talvez	74	41%
Total	180	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 14. Considera el cambio de asesor tributario



Elaborado por: Sonia Aucapiña

En el análisis podemos ver que de los 180 encuestados, el 53% si están dispuestos a contratar los servicios de una nueva asesoría, mientras que el 6% aclara que no están de acuerdo con cambiar de asesor, debido a que están conformes y mantienen una alto grado de confianza; a diferencia del 41% que contemplan la idea de cambiarse de asesores, ya sea porque no están conformes con el servicio actual debido a que no le explican los procedimientos que realizan, buscan precios más accesibles, que el asesor esté disponible en el momento que lo requieran; y, de aquellos que realizan sus propias declaraciones, no están actualizados con los tramites tributarios.

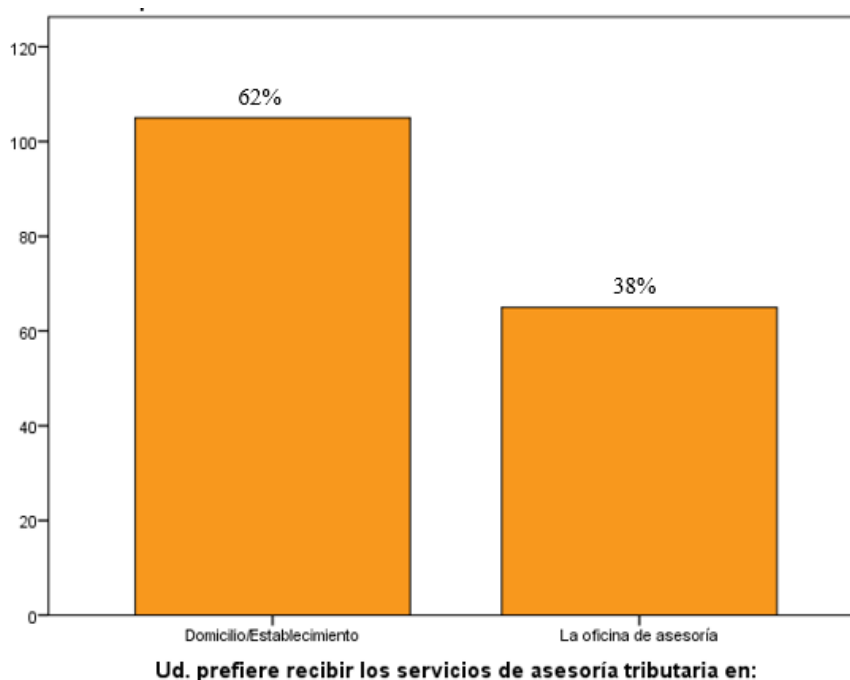
15. Ud. prefiere recibir los servicios de asesoría tributaria en

Ilustración 15. Lugar donde prefiera recibir la asesoría

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Domicilio/Establecimiento	105	62%
La oficina de asesoria	65	38%
Total	170	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 16. Lugar donde prefiere recibirla asesoría



Elaborado por: Sonia Aucapiña

El 62% de los contribuyentes prefieren recibir los servicios de asesoría en el Domicilio/Establecimiento debido a que, por las actividades que realizan, les resulta complicado trasladarse a la oficina de asesoría, no quieren realizar filas ni tener que esperar por ser atendidos; además, consideran que al ser un servicio más personalizado brinda mayor confianza, el 38% no tiene inconveniente de asistir a la oficina si lo requieren.

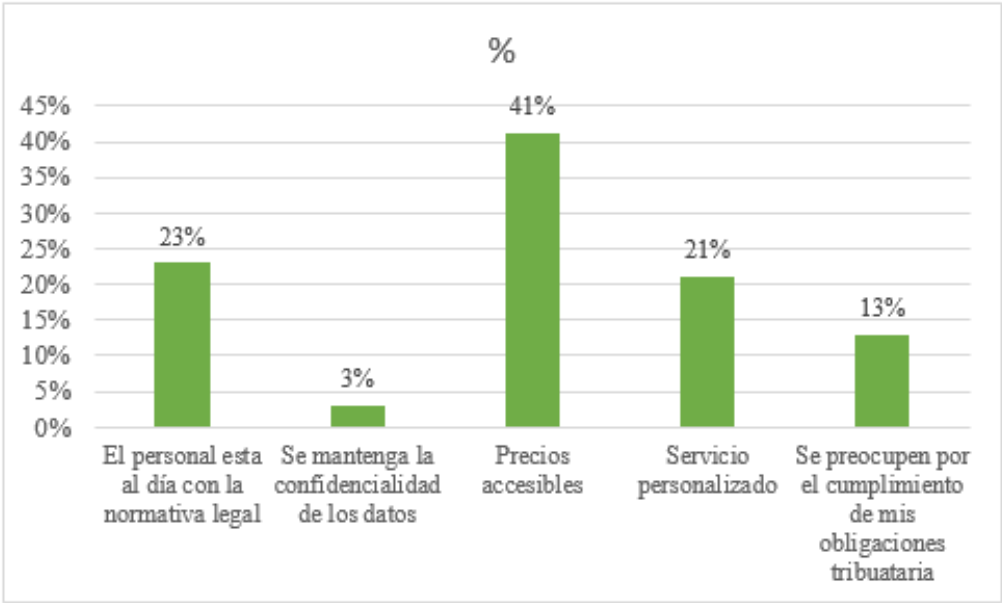
Pregunta 16

Tabla 21. Aspectos más importantes de una asesoría

Calificación	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
El personal esta al día con la normativa legal	39	23%	22	13%	20	12%	47	28%	42	25%
Se mantenga la confidencialidad de los datos	5	3%	35	21%	65	38%	45	26%	20	12%
Precios accesibles	70	41%	46	27%	35	21%	12	7%	7	4%
Servicio personalizado	35	21%	56	33%	16	9%	44	26%	19	11%
Se preocupen por el cumplimiento de mis obligaciones tributaria	22	13%	14	8%	33	19%	20	12%	81	48%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 17. Aspectos importantes de un servicio de asesoría



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Los contribuyentes coinciden que el aspecto más importante al momento de contratar un servicio de asesoría tributaria con un 41% son los precios accesibles, seguido con un 23% de que el personal este al día con las normativas legales, un 21% brinden un servicio personalizado, seguido de un 13% que se preocupen por el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y un aspecto no menos importante que se mantenga la confidencialidad de los datos en un 3%.

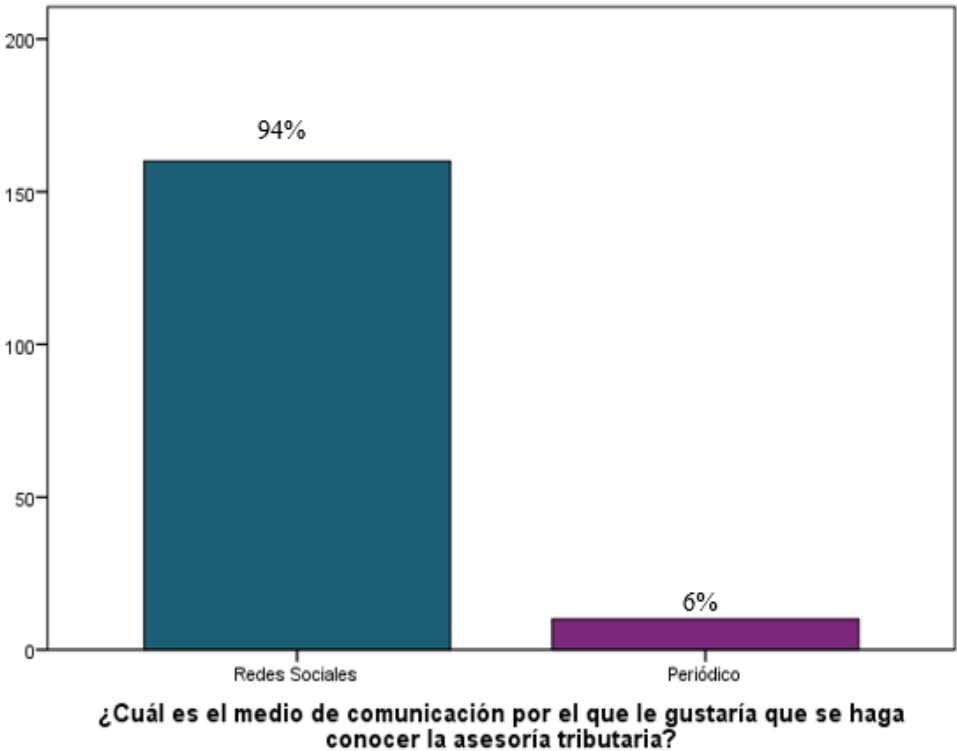
Pregunta 17

Tabla 22. Medios de comunicación más utilizados

Medios de Comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	160	94%
Periódico	10	6%
Total	170	100%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 18. Medios de comunicación más utilizados



Elaborado por: Sonia Aucapiña

De las 170 encuestas, el 94% indican que el medio de comunicación más utilizado para informarse y en el cual les gustaría conocer los servicios de la nueva oficina de asesoría tributaria son las redes sociales, de las cuales en su mayoría reconocen a Facebook e Instagram como las más utilizadas, en cambio con un 6% indican que por su hábito de lectura prefieren el periódico El Pueblo.

Pregunta 18.

¿En qué sector de Gualaceo preferiría que esté la oficina de asesoría tributaria?

Para la mayoría de los encuestados, el mejor lugar para la ubicación de la asesoría sería en el centro, ya que explican que es fácil llegar, es un lugar concurrido, está cerca para su lugar de domicilio o trabajo, mismo que facilita que no solo se acerque a la oficina, sino que también pueda realizar más actividades en el centro.

2.2.4.3. Síntesis de la Encuesta

Las encuestas permitieron determinar que la actividad comercial en el cantón de Gualaceo se mueve en torno a micro emprendedores, mismos que en porcentajes pequeños tienen un nivel de instrucción alta como un cuarto nivel y conocen muy poco sobre los temas tributarios, y son los mismos que necesitan del servicio de asesoría tributaria para de esta forma mantenerse al día con los pagos y declaraciones.

La percepción de los servicios tributarios con los que cuenta actualmente el grupo encuestado no es satisfactoria debido a temas como: la indisponibilidad del contador, manejo de precios elevados por el servicio que brindan, no les explican a los contribuyentes los trámites que se realizan y cuáles son las consecuencias de no hacer el pago a tiempo, el 53% de los 180 encuestados si están dispuestos a contratar los servicios de una nueva asesoría, mientras que el 6% aclara que no están de acuerdo con cambiar de asesor, debido a que están conformes y mantienen una alto grado de confianza; a diferencia del 41% que contemplan la idea de cambiarse de asesores, bajo las condiciones de ampliar el portafolio de servicios que se oferta, que el asesor esté disponible en el momento que lo requieran, y que estos trámites sean realizados en la comodidad de su domicilio/establecimiento.

De igual manera se pudo conocer que el medio de comunicación más utilizado son las redes sociales, mismo que será de gran ayuda para la publicidad en el cantón. Aunque en su mayoría indican que necesitan que los servicios tributarios sean realizados en la comodidad del domicilio, aquellos que desean acudir a una oficina coinciden que ésta debe estar ubicada en la zona céntrica del cantón.

2.3. Análisis de Precios

Para realizar el análisis de precios es importante conocer el concepto de precio, que es “el único elemento de la mezcla (mix) del marketing que produce ingresos, los demás generan costos” (Kotler & Keller, 2012, p. 83).

La siguiente tabla muestra el promedio de los precios de acuerdo a los servicios que oferta la competencia, basados en las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas, a través del cálculo de datos agrupados para conocer el precio promedio de cada servicio. (ANEXO 3)

Tabla 23. Precios promedio de trámites tributarios

Trámites tributarios	Precio Promedio
Declaración de IVA mensual	\$ 28,50
Declaración de IVA semestral	\$ 43,50
Declaración de Impuesto a la Renta	\$ 52,80
Devolución de IVA por discapacidad	\$ 42,95
Devolución de IVA por tercera edad	\$ 41,00
Devolución de Impuesto a la Renta	\$ 35,94
Apertura de RUC/RISE	\$ 20,00
Inscripción de cuenta bancaria	\$ 20,00
Solicitud para obtener factureros	\$ 20,00

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Para el grupo de encuestados, los precios promedio reflejados en la tabla N°23 que son valores pagados por concepto de trámites tributarios a diferentes asesores externos, son considerados en su mayoría altos, mismos que, si se compara que al acudir a la competencia indirecta generan más costos en tema de tiempo y traslado.

2.4. Comercialización

Comercializar consiste en dar a conocer los servicios y crear una demanda de ellos, lo cual implica tomar decisiones y realizar actividades para convencer a los potenciales clientes para cumplir sus necesidades con los servicios brindados (Gray, 2000).

En base a lo descrito anteriormente, la comercialización de los servicios de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria será de manera directa; es decir, de asesor a cliente; el precio de los diferentes servicios será determinado a través de un análisis de la oferta y demanda; y, el canal de comunicación más adecuado a través del cual permitiría que la publicidad tenga un mayor alcance serán las redes sociales, fortaleciendo la presencia principalmente en la página de Facebook.

2.5. Publicidad

La publicidad consiste en presentar un producto o servicio, a través de diferentes medios de comunicación; ya que la publicidad “es una tarea de comunicación específica que se realiza con un público meta específico, durante un periodo específico” (Kotler & Armstrong, 2012, p. 437).

2.5.1. Estrategia Publicitaria

Debido a que “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria es un servicio nuevo en el mercado de asesoría en el cantón Gualaceo, se realizará publicidad informativa y persuasiva, con el objetivo de informar y dar a conocer al mercado meta los diferentes servicios que brindará. También mostrar el compromiso y profesionalismo que la oficina tendrá con sus clientes.

Se utilizarán medios como:

Ilustración 19. Tarjeta de presentación



Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 20. Flayer publicitario



Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

En el cantón, debido a que no todo el mercado potencial tiene las mismas oportunidades de acceso a internet, se realizarán flayers y tarjetas de presentación que serán repartidos por los asesores a todos los clientes potenciales para asegurar un mayor alcance.

2.5.2. Marketing Digital

El marketing en línea representa la mejor manera de hacerse notar a través de las redes digitales y es la forma de marketing directo con mayor crecimiento, con el fin de obtener en estos canales, la misma eficiencia y la eficacia de la comercialización tradicional (Kotler & Armstrong, 2012).

Promoción en línea mediante redes sociales

 WhatsApp Business

 Fan page en Facebook

 Instagram

 Correo empresarial

Tener presencia en línea, colocando anuncios e información que capte mercado, participando en las redes sociales y utilizando el correo electrónico. Al brindar un servicio eficiente, generará que los clientes sean quienes recomienden el servicio de asesoría, siendo una publicidad de boca a boca, misma que no generará un costo adicional y será beneficioso para la oficina.

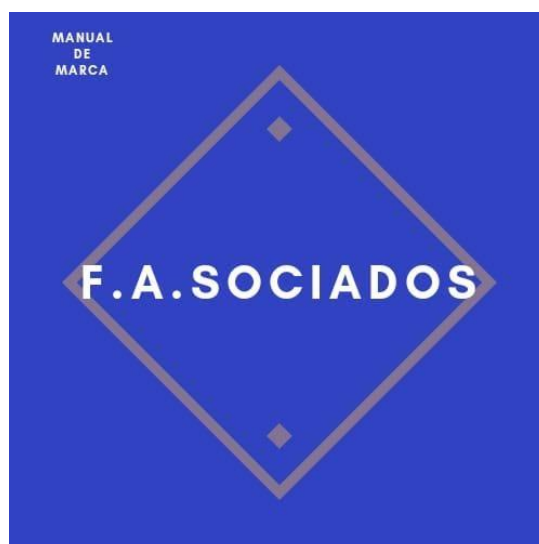
2.5.3. Manual de Marca Corporativa

2.5.3.1. Marca

La marca es un nombre o símbolo que identifica y diferencia de los competidores, y el nombre de marca consiste en palabras, letras o números que se pueden enunciar verbalmente (Stanton et al., 2007).

“F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria es una empresa nueva en el mercado de asesorías, cuyo enfoque principal es generar confianza y seguridad en los clientes para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, generando valor agregado y cumplir las expectativas a través de un servicio eficiente, rápido y oportuno.

Ilustración 21. Portada del manual de marca



Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Su nombre está basado en un acrónimo de los fundadores, “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria, es fácil de recordar, e indica el propósito de la empresa.

Se analizaron varios logos de: consultoras y asesorías tributarias, encontrando un patrón de colores, siendo azul y blanco los más usados para identificar el servicio de tributación. Para distinguirnos de estos nos arriesgamos a incluir el color mostaza que representa simplicidad y seriedad.

2.5.3.2. Estilo de Marca

Ilustración 22. Estilo de marca

F.A.SOCIADOS
ASESORÍA TRIBUTARIA

Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 23. Características del logo



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Azul: Estabilidad, confianza, responsabilidad, consolidación, Lealtad, Poder, Éxito, Seguridad, madurez. Es probablemente el color más popular en el diseño de logos y puede ser visto de manera extensa en sectores gubernamentales.

Blanco: Simplicidad, Entrega, Honestedad. El blanco comúnmente es utilizado por aquellas empresas que quieran proyectar simplicidad.

Mostaza: Simplicidad, Seriedad. El color mostaza indica naturaleza, y utilidad. Debido a su calidez y neutralidad, es utilizado en logos relacionados a la asesoría.

Ilustración 24. Logotipo presentación blanco y negro



Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Este modelo es en el caso de que la marca sea utilizada en otras presentaciones, comúnmente se puede utilizar en fondos blanco como documentos de importancia para la empresa o para la realización de sellos.

Ilustración 25. Variación del Nombre en negro

F.A.SOCIADOS

ASESORÍA TRIBUTARIA

Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 26. Logotipo



Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

2.5.3.3. Tipografía

Tabla 24. Tipografía del Nombre

Nombre	Tipo de Letra	Tamaño de Letra	Color	
Fa	Abibas	134	Blanco	Minúscula
F.A.SOCIADOS	Glacial Idifference	32	Blanco	Mayúscula
Asesoría Tributaria	Glacial Idifference	10	Mostaza	Mayúscula

Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 25. Tipografía de Elementos

Elemento	Color	Código	Nivel de Transparencia
Color de fondo	Azul	#3142c3	
Línea de Marco	Mostaza	#fbd4a	41

Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 26. Dimensiones de la tipografía

Dimensiones	Ancho	Alto
Cm	21,17	21,17
In	8,33	8,33
mm	211,67	211,67
Px	800	800

Fuente: Aplicación Canva

Elaborado por: Sonia Aucapiña

2.6. Promoción

La promoción es el “conjunto de herramientas de incentivos, sobre todo a corto plazo, diseñadas para estimular una compra mayor o más rápida de productos o servicios específicos por parte de consumidores o intermediarios” (Kotler & Keller, 2012, p. 519).

Teniendo en cuenta al mercado al cual nos dirigimos y con la finalidad de tener una mayor captación de clientes y retención del mismo, se ha realizado un grupo de promociones a las cuales se puede acceder cumpliendo ciertos requisitos.

- De acuerdo al tiempo que esté el contribuyente hacerlo partícipe de charlas de tributación gratuitas.
- Por el primer mes de apertura se realiza el trámite de obtención de RUC sin costo.
- Por cada tres referidos de cliente, y los mismos siguen con nosotros por lo menos 3 meses se realiza la primera declaración sin costo.

- Tarifa especial para contribuyentes que cancelen de manera global de 6 meses en adelante.
- Por inicio de actividades comerciales de acuerdo al tipo de declaración de IVA se mantendrá un precio fijo por las dos primeras declaraciones sin tomar en cuenta el número de facturas que maneje esos meses.

2.7. Conclusión

Se puede concluir que el estudio de mercado permitió conocer la demanda y el mercado objetivo de la microempresa, así como tener un mayor conocimiento de la competencia, las necesidades de los contribuyentes, presentar un manual de marca que facilita la utilización del mismo en las campañas publicitarias y conocer los medios de información más utilizados para idear estrategias que permitan posicionarnos en el mercado.

CAPITULO 3. ESTUDIO DE LA OFERTA

Introducción

El análisis de la oferta permitirá conocer la cantidad de oferentes de servicios tributarios en el mercado. La oferta son “las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto periodo al mantenerse constante otros factores del precio” (Keat & Young, 2004, p. 83), es decir las empresas que oferten el mismo servicio de asesoría en el cantón. Además, se identificará la competencia directa e indirecta en el mercado.

De igual manera este capítulo permitirá conocer el entorno en el cual se va a desenvolver la asesoría tributaria a través de los análisis: P.E.S.T.E.L. y F.O.D.A.

3.1. Análisis de la Oferta

Para realizar el análisis de la oferta se aplicó la técnica de cliente oculto que conceptualmente para (Jiménez, 2013):

El cliente oculto o comprador misterioso “Es una técnica que consiste en la falsa compra o contratación de un servicio, llevada a cabo por un equipo cualificado de personas especializadas en dicha técnica, con el fin de detectar y valorar una serie de variables concretas definidas anteriormente, en el punto de venta o establecimiento, al solicitar, como un cliente más, una serie de productos o servicios” (p.29)

Para esto, el primer paso fue buscar en las redes sociales las consultoras tributarias en el cantón Gualaceo que utilizan estos medios para promocionar sus servicios y que son considerados como competencia directa. Esta búsqueda dio como resultado que en las páginas existen tres consultoras que no solo se dedican al servicio tributario, si no que

estos brindan servicios de consultoría en temas laborales y empresariales, es decir cuentan con un amplio portafolio de servicios.

Segundo, se procedió a contactarlos mediante Messenger y WhatsApp con la finalidad de indagar los precios que manejan.

Finalmente se identificó y analizo los servicios tributarios ofrecidos en la ciudad de Cuenca ya que serán considerados como competencia indirecta.

3.1.1. Precios de los Servicios de la Competencia Directa

Tabla 27. Precios de los servicios de la competencia directa

						
Declaraciones						
IVA Mensual	\$	25,00	\$	20,00	\$	20,00
IVA Semestral	\$	45,00	\$	40,00	\$	35,00
Imp. a la Renta	\$	40,00	\$	35,00	\$	25,00
Devoluciones						
IVA	\$	45,00	\$	35,00	\$	25,00
Discapacidad	15%		\$	25,00	\$	15,00
Tercera Edad	12%		\$	25,00	\$	25,00
Imp. Renta	15%		\$	25,00	\$	15,00
Aperturas						
RUC	\$	10,00	\$	10,00	\$	7,00
Inscripciones						
Cuenta Bancaria	\$	8,00	\$	5,00	\$	5,00
Solicitudes						
Factureros	\$	7,00	\$	5,00	\$	5,00

Elaborado por: Sonia Aucapiña

3.1.2. Precios de los Servicios de la Competencia Indirecta

Tabla 28. Precios de los servicios de la Competencia Indirecta

			
Declaraciones			
IVA Mensual	\$ 25,00	\$ 28,00	\$ 20,00
IVA Semestral	\$ 40,00	\$ 50,00	\$ 35,00
Imp. a la Renta	\$ 35,00	\$ 45,00	\$ 15,00
Devoluciones			
IVA	10%	15%	\$ 15,00
Discapacidad	10%	10%	\$ 15,00
Tercera Edad	10%	15%	10%
Imp. Renta	10%	10%	10%
Aperturas			
RUC	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 7,00
Inscripciones			
Cuenta Bancaria	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Solicitudes			
Factureros	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00

Elaborado por: Sonia Aucapiña

De acuerdo a las tablas N° 27 y 28, la competencia directa e indirecta maneja precios razonables, se encuentran posicionados en el mercado por los años que llevan brindando el servicio tributario, adicional a esto, cuentan con un portafolio mucho más amplio para ofrecer una mayor asesoría; de igual manera debemos considerar a los profesionales que ejercen como contadores, estos están facultados para realizar de manera independiente las declaraciones de impuestos y trámites tributarios, siendo estos la principal competencia en el mercado, la ventaja de la competencia sería el posicionamiento que ellos mantienen por el tiempo que llevan ejerciendo.

3.1.3. Fijación de Precios

Para la fijación de precios “las empresas fijan sus precios de diversas maneras, en las compañías pequeñas el jefe, y en las grandes los gerentes y la alta dirección es la responsable de establecer las metas y las políticas generales de la fijación de precio” (Kotler & Keller, 2012, p. 386).

Para fijar los precios, se deben manejar valores que se encuentren dentro de la media de precios de los servicios de la competencia, con la finalidad de tener una mejor oportunidad de entrar al mercado tributario, teniendo como oportunidad el contar con el personal para llevar el servicio en el momento indicado al domicilio/establecimiento de la persona que lo requiera, brindando el beneficio de ahorro de tiempo de traslado hacia la oficina, reflejándose como una ventaja competitiva al brindar este servicio personalizado.

3.2. PESTEL

El factor macro está directamente relacionado con el diagnóstico del país, tratando factores importantes como: el político, el económico, el social, el tecnológico, el ecológico y el legal, mismos que permitirán tener una visión más amplia de las ventajas y desventajas de la implementación de la oficina de asesoría tributaria.

3.2.1. Político

El factor político es la forma de intervención que tiene el estado en la sociedad civil, es decir, reformas, las cuales se convierten en oportunidades o amenazas para los diferentes sectores económicos, por ejemplo:

La Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria eliminará el anticipo del Impuesto a la Renta a partir del año 2020, de esta forma únicamente se pagará Impuesto a la Renta cuando se generen utilidades, esto permitirá a los contribuyentes tener mayor flujo y liquidez durante el ejercicio fiscal.

Otra reforma importante dentro de esta ley es la creación de un régimen impositivo que permita simplificar el cumplimiento de las declaraciones de IVA, Impuesto renta e ICE a las microempresas, además no tendrán la obligación de ser agentes de retención salvo en casos especiales.

Dentro de las formas de la Ley orgánica de fomento productivo, destaca el fortalecimiento de las Pymes, misma que permite ampliar el límite para la deducción del 100% de los gastos por capacitación técnica y mejora de la productividad. Además esta reforma permite la exoneración del impuesto renta y su anticipo en nuevas

inversiones por 8 años en la zona urbana de Quito y Guayaquil; y, de 12 años en el resto del país.

De igual manera en cuanto al IVA, se permite la devolución de este impuesto a sociedades que desarrollen proyectos de vivienda de interés social, así como también tarifas 0% en servicios para este tipo de proyectos.

En las microempresas, la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera permite eliminar el pago de anticipo mínimo de impuesto a la renta y la ampliación del rango de ingresos. Además las nuevas microempresas están exentas del pago de impuesto a la renta por un lapso de 3 años y pasado este tiempo el rango mínimo para el pago de este impuesto es de \$11.270,00 (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020).

Aquellas microempresas que realicen adquisiciones a organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, tienen un beneficio de una deducción adicional de hasta el 10%.

La exoneración total del Impuesto a la Salida de Divisas es otro beneficio que se puede aplicar a los tratamientos médicos de personas con enfermedades catastróficas, raras o huérfanas. De igual manera se permite la deducción de hasta 2 fracciones básicas desgravadas por concepto de salud dentro de los gastos personales.

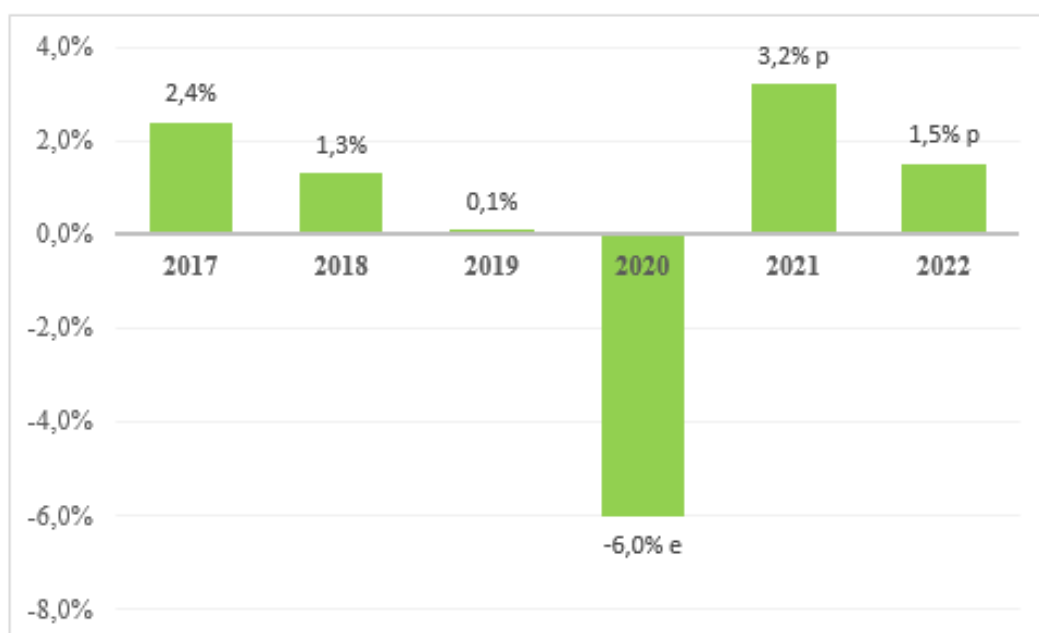
3.2.2. Económico

El factor económico se encarga de la distribución, producción, comercialización y consumo de bienes y servicios, entre los factores de mayor importancia tenemos:

3.2.2.1. PIB

Producto interno bruto y servicios generados por los factores económicos durante un periodo.

Ilustración 27. PIB del Ecuador



Nota: “e” significa estimado y “p” proyectado. Las proyecciones del Banco Mundial se actualizan con frecuencia sobre la base de nueva información y de los cambios en las circunstancias (mundiales).

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: Sonia Aucapiña

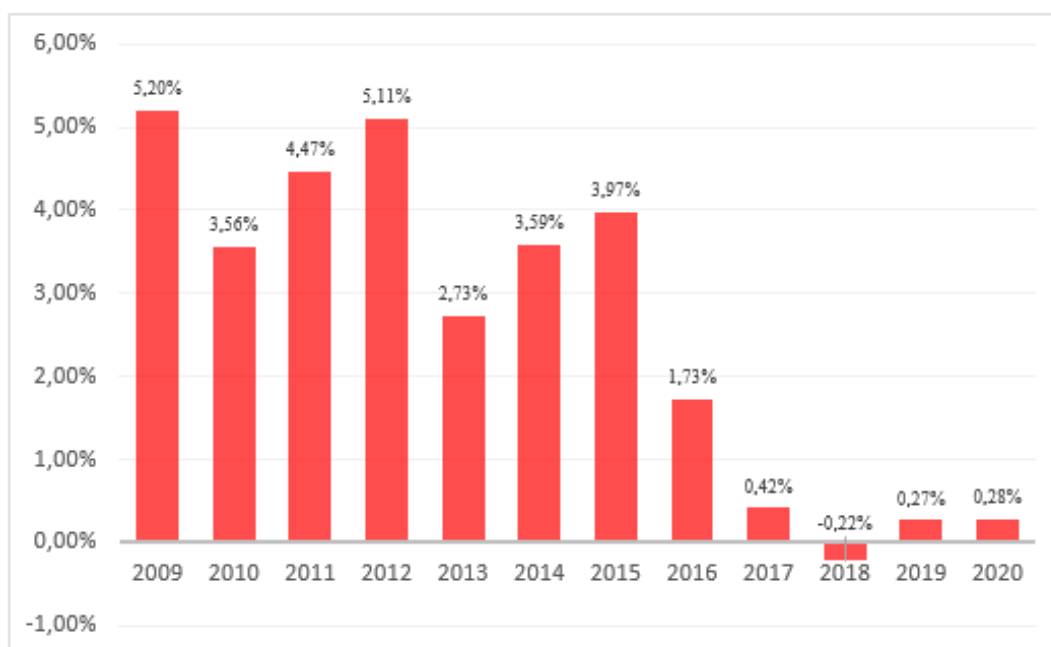
Para este año de acuerdo a datos del Banco Mundial, se estima la caída en un -6,00%, debido a la pandemia del coronavirus, crisis que afecta al Ecuador, uno de los países más vulnerables. Este análisis también muestra una proyección de un crecimiento del 3,2% para el 2021, puntos a resaltar, es, que en este momento preocupa el contar con un plan de medidas, que permitan reactivar la economía, incentivando el consumo del producto nacional; es decir, adquirir bienes o servicios netamente ecuatorianos.

Actualmente la situación económica hace que existan despidos masivos tanto el sector público, como privado, lo que ocasiona la creación de emprendimientos, generando una reactivación de las actividades económicas permitirá que el sistema económico mejore, y sea necesario el uso del servicio de asesoramiento que mejore las declaraciones y pago de tributos.

3.2.2.2. Inflación

Es el alza de los precios, que se mide mediante el índice de costos de los bienes y servicios.

Ilustración 28. Inflación Ecuador



Nota: Para el año 2020 se realizó un promedio desde el mes de enero hasta mayo.

Fuente: INEC

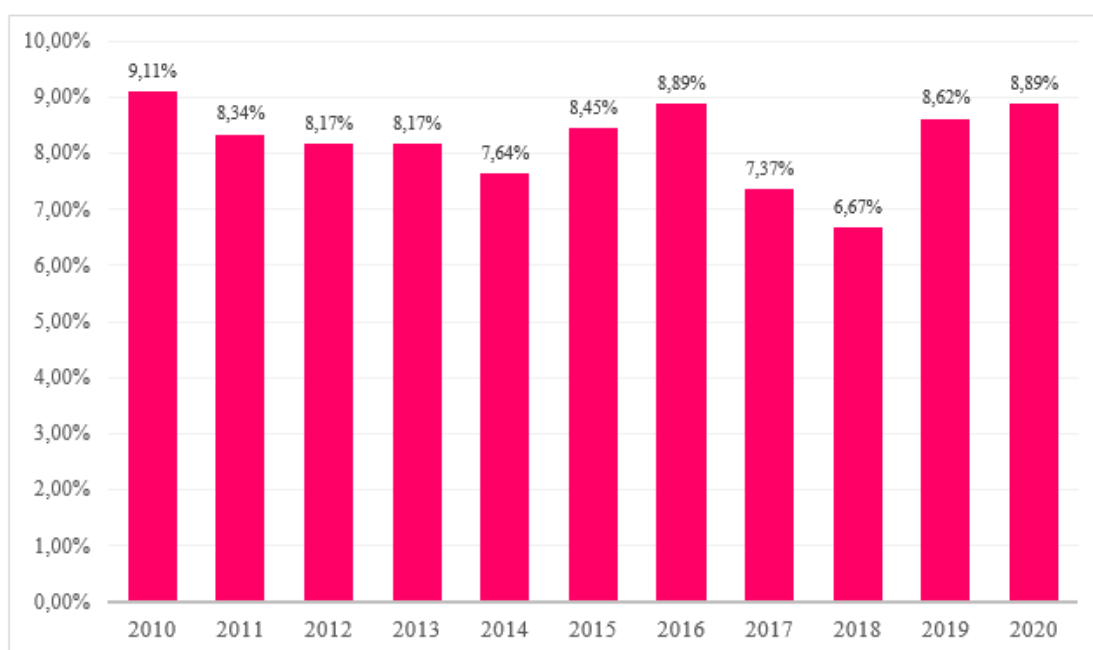
Elaborado por: Sonia Aucapiña

Es preocupante ver que la inflación en el país se va incrementando cada año, la cual representaría una amenaza para los diferentes sectores económicos del país, ya que al dispararse los precios vemos que va a resultar difícil incentivar al consumo, para este año se observa que la inflación muestra un descenso ocasionado por la situación actual del país.

3.2.2.2.1. Tasas de interés

Es el precio del dinero en el mercado financiero, mientras más dinero hay, la tasa es baja y cuando hay escasez sube.

Ilustración 29. Tasa activa del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 29. Tasa de interés efectivas vigentes

Tasa Activa Efectiva Referencial	% Anual
Comercial	11,3
Consumo	15,94
Vivineda	10,38
Microcrédito	23,11

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Dentro de las tasas de interés, encontramos la tasa de interés activa, la cual muestra que continuamente se incrementa, lo que indica que en Ecuador no hay suficiente dinero, lo que desalienta la inversión micro empresarial.

3.2.3. Sociocultural

El factor sociocultural constituye aspectos relacionados a la sociedad con cultura y religión. Para el SRI cumplir con su objetivo de incentivar la cultura tributaria, se torna un poco complicada debido a que el contribuyente no ve la importancia de realizar el pago de sus tributos en el tiempo indicado, por lo que una de sus estrategias es realizar capacitaciones de forma presencial y virtual para impartir el conocimiento a la ciudadanía acerca de sus deberes y derechos fiscales, fortaleciendo así la cultura tributaria en el país.

Según el informe de rendición de cuentas del SRI (2019) se capacitaron a un total de 178.857 ciudadanos en el año y tienen un total de 27 convenios con diferentes universidades del país. Además, cuenta con 34 Núcleos de Apoyo Financiero (NAF) en todo el país. De acuerdo a la misma fuente, estos esfuerzos se han traducido en una mejora en el cumplimiento tributario y una mayor recaudación de impuestos, para de esta manera fomentar la cultura tributaria (Elster, 2019). **(ANEXO 4)**

3.2.4. Tecnológico

En la actualidad las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), son fundamentales ya que permitirán el manejo del marketing mediante las redes sociales; y, debido a que el comercio se mueve a través del internet, permitirá la reducción de recursos económicos.

Las mejoras tecnológicas y la implementación de la fibra óptica agilizarán los procesos para los servicios tributarios, las herramientas están al alcance de la mano ya que el SRI brinda facilidades para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, de esta forma brindar un servicio más personalizado.

3.2.5. Ecológico

Con la finalidad de promover las conductas ecológicas y la economía responsable que dicta la constitución, el SRI ha aplicado varios impuestos para poder reducir el efecto negativo en el ambiente derivado de ciertas actividades económicas. Según el SRI, los impuestos que se recaudan bajo este concepto son:

Tabla 30. Impuestos

Impuesto	Descripción	¿A quién va dirigido?
Impuesto ambiental a la contaminación vehicular	Es un impuesto que grava a la contaminación ocasionada por vehículos de motor de transporte terrestre.	Todas aquellas personas que tengan vehículos motorizados con un cilindraje mayor a 1500 cc.
Impuesto redimible a las botellas plásticas no retornables	Es una imposición que grava por envasar o importar bebidas en botellas de plástico no retornables.	Todas aquellas empresas que embotellan o importen bebidas en botellas plásticas no retornables.
Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) a las fundas plásticas	Es un impuesto que grava la utilización de fundas plasticas	Todas aquellos consumidores que soliciten fundas plasticas al momento de comprar.

Fuente: SRI

Elaborado por: Sonia Aucapiña

3.2.6. Legal

En la constitución de la República, en los numerales 6 y 7 del Art. 284, indica que entre sus objetivos está el pleno empleo, y mantener la economía, es decir que los ciudadanos contarán con un empleo sostenible en el tiempo (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008).

De acuerdo a la Ley Orgánica de emprendimiento e Innovación, incentiva el emprendimiento, implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento, y de tal manera promover el incremento de estas, mejorando la economía, en el ámbito público y privado (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020).

El país ha reconocido la importancia de la economía popular y solidaria a través de la aprobación de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS), que busca impulsar el desarrollo de emprendimientos inclusivos y sustentables, como parte de los subsistemas que interactúan en la economía del país, acompañadas de un marco institucional como la creación del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria

(IEPS), la Corporación de Finanzas Populares y Solidarias (Conafips) y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). (p.67)

3.3. FODA

El FODA es la “evaluación general de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para una empresa se conoce como Análisis FODA, y es una manera para analizar el entorno interno y externo de marketing” (Kotler & Keller, 2012, p. 48).

Para desarrollar el análisis FODA debemos tener conocimiento general de la empresa con la finalidad de poder identificar los factores positivos y negativos para resumirlos en una matriz. De esta manera, una correcta definición de objetivos, herramientas y procedimientos, nos ayudará a desarrollar las fortalezas y debilidades; mientras que con el análisis de la oferta y demanda permitirán identificar las oportunidades y amenazas.

Tabla 31. F.O.D.A.

Fortalezas	Debilidades
No requiere una alta inversión para iniciar actividades	Inexperiencia comercial, por ser nuevo en el mercado.
El asesoramiento personalizado nos permitirá generar confianza en el cliente.	Falta de presupuesto para campañas publicitarias.
Realizar un programa de incentivos para los asesores, el cual consistiría en un pago de comisiones en base a captación de clientes.	Pago mensual del arriendo.
Experiencia y capacitación constante de los asesores en temas tributarios.	No ser del cantón.
Confidencialidad para el manejo de la información.	No contar con un plan Estratégico para el desarrollo en el mercado, al ser nuevo en el mercado.
Precios accesibles de acuerdo al servicio solicitado	No contar con un plan de posicionamiento de marca
Localización o Ubicación Geográfica, poca competencia.	

Oportunidades	Amenazas
Las nuevas exigencias y cambios constantes que realiza el gobierno obligan a las empresas a estar preparándose diariamente.	El aumento de las empresas de asesorías con paquetes atractivos y dispuestos a cubrir todas las necesidades del mercado.
Facilidad por parte del estado a la hora de dar permisos y ayudas a empresas	Resistencia por parte de los pequeños y grandes empresarios a utilizar los servicios de asesoría.
Formación gratuita para trabajadores	Reducción de la demanda por cierre de PYMES y microempresas a causa de la crisis sanitaria.
Posibilidad de apertura en cantones aledaños.	Competencia directa e indirecta.
Formar alianzas estratégicas con imprentas y de diseño gráfico.	Pocas barreras para ingresar al mercado de asesorías tributarias.
Aplicación de nuevos sistemas contables y tributarios.	Servicios de asesoría online
Desconocimiento de las Pymes y microempresas en temas tributarios.	

Elaborado por: Sonia Aucapiña

3.4. Conclusión

Después del análisis realizado, podemos decir que la oferta en el cantón es limitada ya que solo cuentan con tres consultoras, pero las mismas cuentan con un portafolio más amplio, lo que permite brindar más servicios. Al realizar el análisis PESTEL, se observa que los factores políticos favorecen a la implementación de una microempresa en el cantón, pero muestran también que la inflación que se proyecta desalienta a la inversión ya que disminuye el poder adquisitivo de los usuarios.

El análisis FODA muestra grandes oportunidades de ingreso al mercado ya que al ser un servicio necesario para las actividades comerciales se muestra acogida, pero a su vez existen varias amenazas al ser un proyecto que no necesita de una gran cantidad de dinero para constituirse.

CAPITULO 4. ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

Introducción

El estudio económico-financiero permitirá proyectar los resultados futuros que puede conseguir la oficina al iniciar su actividad económica. Primero se calcula la inversión inicial; seguido, se analizan los ingresos y gastos incurridos para la implementación de la oficina.

Se presentará, además: el flujo de caja, punto de equilibrio del proyecto y por último los indicadores de decisión, mismos que permitirán verificar la factibilidad de la implementación de la oficina y a su vez minimizar el riesgo en la inversión.

4.1. Inversión Inicial

La inversión inicial es la “salida de efectivo relevante para un proyecto propuesto en tiempo cero” (Gitman, 2007, p. 322), es decir conocer el valor aproximado de la inversión para antes de que la futura microempresa inicie sus actividades, mismo que está compuesto por tres rubros: inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo necesario para sus respectivas actividades.

Tabla 32. Inversión Inicial

Detalle	Precio
Inversión Fija	\$3.789,30
Inversión Diferida	\$60,00
Capital de Trabajo	\$1.712,75
TOTAL	\$5.562,05

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.1.1. Inversión Fija

La inversión fija está conformada por un total de \$3.789,30; de estos, \$1.027,00 es para muebles y enseres, necesarios para la adecuación de la oficina, \$2.000,00 para equipo de cómputo como son una laptop y dos computadoras de escritorio y una impresora multifuncional.

Para materiales de oficina \$219,30, la publicidad será necesario \$5,00 pero se desembolsa un valor de \$40 para un letrero de 50cm*50cm este será colocado afuera de la oficina y un valor de \$498,00 para el pago de arriendo, servicios básicos en la cuenta de otros gastos, pero solo son del primer mes para iniciar con las actividades (ANEXO 4)

Tabla 33. Inversión Fija

Detalle	Precio
Muebles y enseres	\$ 1.027,00
Equipo de computo	\$ 2.000,00
Materiales de oficina	\$ 219,30
Publicidad	\$ 45,00
Otros Gastos	\$ 498,00
Total	\$ 3.789,30

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.1.2. Inversión Diferida

Hace referencia a la inversión intangible que son los permisos de operación para poder iniciar con la constitución de la oficina, tales como: pago de Patente Municipal, Permiso de Bomberos, Permiso de Funcionamiento, Permiso del letrero de la oficina; mismos que consideran que serán de \$60.

4.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo son “activos corrientes, que representan la parte de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción ordinaria del negocio” (Gitman, 2007, p. 511), para "F.A.SOCIADOS" Asesoría Tributaria será la suma del dinero que tengan

para imprevistos y el valor de los sueldos del primer mes de inicio de sus actividades, también se suma el valor de los gastos de adecuación del local.

Tabla 34. Capital de Trabajo

Detalle	Precio
Dinero en efectivo para cubrir imprevistos	\$ 500,00
Sueldos y Salarios	\$ 1.122,75
Gasto de adecuación del local	\$ 90,00
Total	\$1.712,75

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.1.4. Financiamiento

Para la inversión inicial, se necesita un valor mínimo de \$5.562,05, de este valor total el 40% será cubierto por capital propio y el 60% será a través de un crédito, mismo que de acuerdo a las consultas en las entidades bancarias el más rentable, se considera la cooperativa JEP que otorga el crédito a una tasa del 11,20% anual, en un plazo de 5 años.

4.1.4.1. Amortización del crédito

Tabla 35. Datos de la Deuda

Inversión	\$5.562,05
Deuda	\$3.337,23
Capital Propio	\$2.224,82

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 36. Sistema Francés

Capital	\$3.337,23
Tasa	11,20%
Plazo (años)	5

AÑO	CUOTA	P. INTERÉS	P. CAPITAL	SALDO DE CAPITAL
0				\$3.337,23
1	\$907,50	\$373,77	\$533,73	\$2.803,50
2	\$907,50	\$313,99	\$593,51	\$2.209,99
3	\$907,50	\$247,52	\$659,98	\$1.550,00
4	\$907,50	\$173,60	\$733,90	\$816,10
5	\$907,50	\$91,40	\$816,10	\$0,00

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Para conocer cuánto se debe pagar anualmente, se realizará el cálculo de la amortización del crédito mediante el método francés, mismo que permite ir haciendo pagos de cuota fija, de esta manera nos aseguramos de contar con el valor adecuado y no tener inconvenientes al momento de realizar los pagos.

4.2. Análisis de Ingresos y Gastos

Para realizar el análisis de los ingresos y gastos, el empresario debe desarrollar un presupuesto; es decir, una estimación programada de las operaciones en un periodo determinado, el cual pronostique escenarios pesimistas u optimistas (Burbano, 2011).

4.2.1. Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos nos permitirá tener una idea del dinero que la oficina espera obtener en el transcurso del año y de esa manera solventar gastos necesarios para brindar los servicios de asesoría tributaria de manera eficiente.

4.2.1.1. Proyección de ventas

Para realizar la proyección de ventas de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria, se utilizarán los precios promedios obtenidos de las encuestas realizadas al mercado potencial del cantón Gualaceo.

4.2.1.1.1. Ingresos Mensuales

Para el cálculo del ingreso mensual, se tomará el precio promedio de los servicios ofertados, pero también se considerará el precio que se manejan en el mercado para los servicios de apertura de RUC/RISE, inscripción de la cuenta bancaria y para la solicitud para la obtención de facturero, ya que su precio oscila en un valor no mayor a \$7,00; y estos se multiplican por el número de contribuyentes que están dispuesto a contratar los servicios de la asesoría.

Tabla 37. Ingresos Mensuales

Trámites tributarios	Número de potenciales Clientes	Precio Promedio	Total
Declaración de IVA mensual	64	\$28,50	\$1.824,00
Declaración de IVA semestral	34	\$43,50	\$1.479,00
Declaración de Impuesto a la Renta	30	\$52,80	\$1.583,94
Devolución de IVA por discapacidad	13	\$42,95	\$558,35
Devolución de IVA por tercera edad	13	\$41,00	\$533,00
Devolución de Impuesto a la Renta	4	\$35,94	\$143,75
Apertura de RUC/RISE	2	\$7,00	\$14,00
Inscripción de cuenta bancaria	2	\$7,00	\$14,00
Solicitud para obtener factureros	2	\$7,00	\$14,00
Total	164	\$265,69	\$6.164,04

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.2.1.1.2. Ingreso Anual

Debido a que la oficina aun no inicia con sus actividades comerciales, se plantea un incremento del 2% al 5% para realizar la proyección de ventas de los próximos 5 años.

Tabla 38. Ingreso Anual

Servicios	2021	2022	2023	2024	2025
Declaración de IVA mensual	\$21.888	\$22.326	\$22.996	\$23.915	\$25.111
Declaración de IVA semestral	\$2.958	\$3.017	\$3.108	\$3.232	\$3.394
Declaración de Impuesto a la Renta	\$1.584	\$1.616	\$1.664	\$1.731	\$1.817
Devolución de IVA por discapacidad	\$558	\$570	\$587	\$610	\$641
Devolución de IVA por tercera edad	\$533	\$544	\$560	\$582	\$611
Devolución de Impuesto a la Renta	\$144	\$147	\$151	\$157	\$165
Apertura RUC/RISE	\$14	\$14	\$15	\$15	\$16
Inscripción de cuenta bancaria	\$14	\$14	\$15	\$15	\$16
Solicitud para obtener factureros	\$14	\$14	\$15	\$15	\$16
Total	\$27.707	\$28.261	\$29.109	\$30.273	\$31.787

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.2.2. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos permitirá tener un cálculo más acertado de los costos y gastos incurridos al ofertar el servicio de tributación; para realizar las proyecciones debemos conocer cuánto se destina para sueldos de los colaboradores, por lo cual se realiza el cálculo del rol de pagos de los años siguientes, los beneficios sociales y las provisiones se calculan a partir del segundo año.

Tabla 39. Proyección de Sueldos

Nº	Cargo	Sueldo				
		2021	2022	2023	2024	2025
1	Gerente	\$4.542,65	\$4.542,65	\$4.610,79	\$4.679,95	\$4.750,15
2	Auxiliar Contable	\$4.430,67	\$4.430,67	\$4.497,13	\$4.564,59	\$4.633,06
3	Asesor Comercial	\$4.499,68	\$4.499,68	\$4.567,17	\$4.635,68	\$4.705,22

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 40. Beneficios sociales y Provisiones de 2022

Nº	Cargo	IESS		PROVISIONES		
		APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES
1	Gerente	\$551,93	\$378,40	\$378,55	\$393,96	\$109.023,49
2	Auxiliar Contable	\$538,33	\$369,08	\$369,22	\$393,96	\$106.336,18
3	Asesor Comercial	\$546,71	\$374,82	\$374,97	\$393,96	\$107.992,31

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 41. Beneficios sociales y Provisiones de 2023

Nº	Cargo	IESS		PROVISIONES		
		APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES
1	Gerente	\$551,93	\$378,40	\$378,55	\$393,96	\$109.023,49
2	Auxiliar Contable	\$538,33	\$369,08	\$369,22	\$393,96	\$106.336,18
3	Asesor Comercial	\$546,71	\$374,82	\$374,97	\$393,96	\$107.992,31

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 42. Beneficios y provisiones de 2024

Nº	Cargo	IESS		PROVISIONES		
		APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES
1	Gerente	\$560,21	\$384,08	\$384,23	\$393,96	\$110.658,84
2	Auxiliar Contable	\$546,40	\$374,61	\$374,76	\$393,96	\$107.931,22
3	Asesor Comercial	\$554,91	\$380,45	\$380,60	\$393,96	\$109.612,20

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 43. Beneficios y provisiones de 2025

Nº	Cargo	IESS		PROVISIONES		
		APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES
1	Gerente	\$568,61	\$389,84	\$390,00	\$393,96	\$112.318,73
2	Auxiliar Contable	\$554,60	\$380,23	\$380,38	\$393,96	\$109.550,19
3	Asesor Comercial	\$563,24	\$386,15	\$386,31	\$393,96	\$111.256,38

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.2.2.1. Costos y Gastos Totales

Para realizar las proyecciones de costos y gastos anuales, se estima una inflación promedio del 2,5% para los siguientes 5 años.

Tabla 44. Costos y gastos totales

Costos y Gastos Totales	2021	2022	2023	2024	2025
Gastos Administrativos	\$ 11.019,35	\$11.019,35	\$11.019,35	\$11.019,35	\$11.019,35
Costos de Servicio	\$ 5.490,87	\$ 5.490,87	\$ 5.490,87	\$ 5.490,87	\$ 5.490,87
Gastos de Ventas	\$ 4.559,68	\$ 4.559,68	\$ 4.559,68	\$ 4.559,68	\$ 4.559,68
Total	\$ 23.090,90	\$23.091,90	\$23.092,90	\$23.093,90	\$23.094,90

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.2.2.2. Costos y gastos detallados

Se presentan los gastos administrativos, los costos de brindar el servicio y los gastos que implican la venta del servicio.

Tabla 45. Gastos de administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneración	\$ 4.542,65	\$ 6.591,12	\$ 6.689,99	\$ 6.790,34	\$ 6.892,19
Materiales de Oficina	\$ 236,40	\$ 241,69	\$ 248,69	\$ 257,51	\$ 268,34
Materiales de Limpieza	\$ 62,40	\$ 63,80	\$ 65,64	\$ 67,97	\$ 70,83
Servicios Básicos	\$ 470,40	\$ 480,93	\$ 494,85	\$ 512,41	\$ 533,96
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.907,42	\$ 5.049,44	\$ 5.228,70	\$ 5.448,62
Amortización de Deuda	\$ 907,50	\$ 907,50	\$ 907,50	\$ 907,50	\$ 907,50
Total	\$ 11.019,35	\$13.192,46	\$13.456,11	\$13.764,44	\$14.121,46

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 46. Costos del servicio

COSTOS DE SERVICIO	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneración	\$ 4.430,67	\$ 6.438,37	\$ 6.534,94	\$ 6.632,97	\$ 6.732,46
Materiales de Oficina	\$ 354,60	\$ 362,54	\$ 373,03	\$ 386,27	\$ 402,52
Servicios Básicos	\$ 705,60	\$ 721,39	\$ 742,27	\$ 768,62	\$ 800,95
Total	\$ 5.490,87	\$ 7.522,30	\$ 7.650,24	\$ 7.787,86	\$ 7.935,93

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 47. Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneración	\$ 4.499,68	\$ 6.544,51	\$ 6.642,67	\$ 6.742,31	\$ 6.843,45
Publicidad	\$ 60,00	\$ 61,34	\$ 63,12	\$ 65,36	\$ 68,11
Total	\$ 4.559,68	\$ 6.605,85	\$ 6.705,79	\$ 6.807,67	\$ 6.911,56

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.3. Análisis de escenarios de proyecto de inversión

El análisis de los diferentes escenarios, permitirá evaluar el proyecto considerando que los precios de los servicios no son fijos, lo que nos da una expectativa de lo que puede suceder si el precio de cada servicio incrementa o disminuye.

Tabla 48. Análisis de escenarios

Resumen del escenario	Moderado	Optimista	Pesimista
Celdas cambiantes:			
Declaración de IVA mensual	\$ 28,50	\$ 45,50	\$ 10,00
Declaración de IVA semestral	\$ 43,50	\$ 75,50	\$ 20,00
Declaración de Impuesto a la Renta	\$ 52,80	\$ 75,50	\$ 20,00
Devolución de IVA por discapacidad	\$ 42,95	\$ 45,50	\$ 10,00
Devolución de IVA por tercera edad	\$ 41,00	\$ 75,50	\$ 20,00
Devolución de Impuesto a la Renta	\$ 35,94	\$ 45,50	\$ 10,00
Apertura de RUC/RISE	\$ 20,00	\$ 45,50	\$ 7,00
Inscripción de cuenta bancaria	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 7,00
Solicitud para obtener factureros	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 7,00
Celdas de resultado:			
Declaración de IVA mensual	\$ 2.308,5	\$ 3.685,5	\$ 810,0
Declaración de IVA semestral	\$ 1.827,0	\$ 3.171,0	\$ 840,0
Declaración de Impuesto a la Renta	\$ 2.745,6	\$ 3.926,0	\$ 1.040,0
Devolución de IVA por discapacidad	\$ 859,0	\$ 910,0	\$ 200,0
Devolución de IVA por tercera edad	\$ 615,0	\$ 1.132,5	\$ 300,0
Devolución de Impuesto a la Renta	\$ 287,5	\$ 364,0	\$ 80,0
Apertura de RUC/RISE	\$ 80,0	\$ 182,0	\$ 28,0
Inscripción de cuenta bancaria	\$ 40,0	\$ 50,0	\$ 14,0
Solicitud para obtener factureros	\$ 100,0	\$ 125,0	\$ 35,0

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Al calcular los escenarios, se puede observar que el escenario moderado son los precios promedio que se oferta en el mercado y que se espera se dé con mayor frecuencia; el escenario optimista muestra las proyecciones cuando el precio es más alto; es decir, si en casos de que algunos servicios lo ameritan ya sea por el tiempo que se toma realizarlo o por los materiales que implica para brindar el servicio; en cuanto al escenario pesimista, implica precios más bajos que podrían comprometer los ingresos necesarios para el correcto funcionamiento de la asesoría.

4.4. Flujo de Caja

Tabla 49. Flujo de Caja

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Entradas Normales		\$ 27.707	\$ 28.261	\$ 29.109	\$ 30.273	\$ 31.787
Salidas de Efectivo						
Pago a Proveedores		\$ 591	\$ 604	\$ 622	\$ 644	\$ 671
Pago a Personal		\$ 13.473	\$ 19.574	\$ 19.868	\$ 20.166	\$ 20.468
Pago de C.I.F		\$ 5.333	\$ 5.452	\$ 5.610	\$ 5.809	\$ 6.053
Pago de Gastos de Operación		\$ 766	\$ 783	\$ 805	\$ 834	\$ 869
Pago de Impuestos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Salidas Totales		\$ 20.162	\$ 26.413	\$ 26.905	\$ 27.452	\$ 28.061
Entradas - Salidas		\$ 7.545	\$ 1.848	\$ 2.204	\$ 2.821	\$ 3.726
(+) Saldo Inicial de Efectivo		\$ (5.562)	\$ 1.075	\$ 2.016	\$ 3.313	\$ 5.226
(=) Sobrante (Faltante)		\$ 1.983	\$ 2.923	\$ 4.220	\$ 6.133	\$ 8.952
(+) Prestamos Recibidos						
(+) Intereses Ganados						
(+) Retiros de Inversion						
(-) Pago de prestamos		\$ 534	\$ 594	\$ 660	\$ 734	\$ 816
(-) Pago de interes		\$ 374	\$ 314	\$ 248	\$ 174	\$ 91
(-) Inversiones	\$ (5.562,05)					
(=) Saldo Final de Efectivo	\$ (5.562,05)	\$ 1.075	\$ 2.016	\$ 3.313	\$ 5.226	\$ 8.044

Elaborado por: Sonia Aucapiña

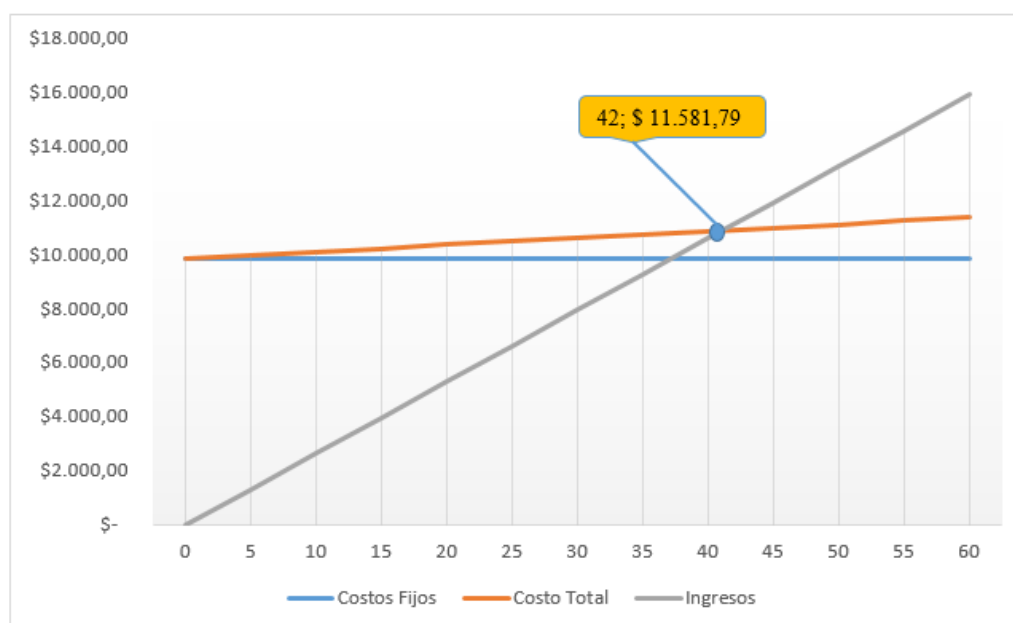
4.4. Punto de Equilibrio

Tabla 50. Punto de equilibrio del primer año

Trámites	Precio U	CVU	Costos Fijos	Costo Total	Ingresos
0	\$ 25,24	\$ -	\$ 9.873,05	\$ 9.873,05	\$ -
5	\$ 25,24	\$ 126,21	\$ 9.873,05	\$ 9.999,26	\$ 1.328,43
10	\$ 25,24	\$ 252,43	\$ 9.873,05	\$ 10.125,47	\$ 2.656,86
15	\$ 25,24	\$ 378,64	\$ 9.873,05	\$ 10.251,69	\$ 3.985,28
20	\$ 25,24	\$ 504,86	\$ 9.873,05	\$ 10.377,90	\$ 5.313,71
25	\$ 25,24	\$ 631,07	\$ 9.873,05	\$ 10.504,12	\$ 6.642,14
30	\$ 25,24	\$ 757,29	\$ 9.873,05	\$ 10.630,33	\$ 7.970,57
35	\$ 25,24	\$ 883,50	\$ 9.873,05	\$ 10.756,55	\$ 9.299,00
40	\$ 25,24	\$ 1.009,71	\$ 9.873,05	\$ 10.882,76	\$ 10.627,42
45	\$ 25,24	\$ 1.135,93	\$ 9.873,05	\$ 11.008,97	\$ 11.955,85
50	\$ 25,24	\$ 1.262,14	\$ 9.873,05	\$ 11.135,19	\$ 13.284,28
55	\$ 25,24	\$ 1.388,36	\$ 9.873,05	\$ 11.261,40	\$ 14.612,71
60	\$ 25,24	\$ 1.514,57	\$ 9.873,05	\$ 11.387,62	\$ 15.941,13

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 30. Punto de equilibrio del primer año



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Tabla 51. Proyección del punto de equilibrio

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos	\$27.707	\$28.261	\$29.109	\$30.273	\$31.787
Costos Fijos					
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.907,42	\$ 5.049,44	\$ 5.228,70	\$ 5.448,62
Servicios Básicos	\$ 470,40	\$ 480,93	\$ 494,85	\$ 512,41	\$ 533,96
Sueldo	\$ 4.542,65	\$ 6.591,12	\$ 6.689,99	\$ 6.790,34	\$ 6.892,19
Publicidad	\$ 60,00	\$ 61,34	\$ 63,12	\$ 65,36	\$ 68,11
Total Costos Fijos	\$ 9.873,05	\$ 12.040,82	\$ 12.297,40	\$12.596,81	\$ 12.942,89
Costos Variables					
Servicios Básicos	\$ 705,60	\$ 721,39	\$ 742,27	\$ 768,62	\$ 800,95
Mat Oficina	\$ 354,60	\$ 362,54	\$ 373,03	\$ 386,27	\$ 402,52
Total Costos Variables	\$ 1.060,20	\$ 1.083,93	\$ 1.115,30	\$ 1.154,89	\$ 1.203,46
Costos Totales	\$10.933,25	\$ 13.124,74	\$ 13.412,69	\$13.751,70	\$ 14.146,35
PE (\$)	\$10.265,87	\$ 12.521,05	\$ 12.787,34	\$13.096,42	\$ 13.452,19
PE (Q)	42	50	51	52	54

Elaborado por: Sonia Aucapiña

4.5. Indicadores de decisión (PR, VAN, TIR)

Para el cálculo de los indicadores de decisión, se conceptualizará el periodo de recuperación (PR), el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR); siendo estos de gran importancia ya que permitirá conocer la viabilidad del proyecto.

4.5.1. Periodo de Recuperación

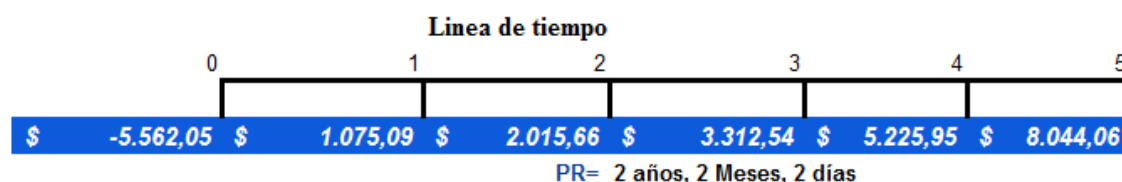
El periodo de recuperación es el “tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo” (Gitman, 2007, p. 354).

Tabla 52. Periodo de recuperación

Año	Flujo de Efectivo	F. E. Acumulado
0	\$ (5.562,05)	
1	\$ 1.093,15	\$ 1.093,15
2	\$ 2.052,14	\$ 3.145,29
3	\$ 3.367,99	\$ 6.513,28
4	\$ 5.301,13	\$ 11.814,41
5	\$ 8.139,95	\$ 19.954,36

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Ilustración 31. Línea del Tiempo



Elaborado por: Sonia Aucapiña

Se expresa en la línea de tiempo que el periodo de recuperación de la inversión es en un tiempo de 2 años, 2 meses y 2 días.

4.5.2. Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) según (Gitman, 2007) se utiliza para aceptar o rechazar un proyecto, por lo cual sugiere criterios de decisión, los cuales son:

- Si el VAN es mayor que 0 dólares, aceptar el proyecto.
- Si el VAN es menor que 0 dólares, rechazar el proyecto.

Si el VAN es mayor que 0 dólares, la empresa ganará un rendimiento mayor que su costo de capital. Esta acción debe aumentar el valor de

mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus propietarios en un monto igual al VPN. (p. 358)

$$VAN = (\$5.562,05) + \frac{\$1.075,09}{(1 + 0,08)^1} + \frac{\$2.015,66}{(1 + 0,08)^2} + \frac{\$3.312,54}{(1 + 0,08)^3} + \frac{\$5.225,95}{(1 + 0,08)^4} + \frac{\$8.044,06}{(1 + 0,08)^5}$$

$$VAN = (\$5.562,05) + \$1.000,08 + \$1.744,22 + \$2.666,46 + \$ 3.913,19 + \$ 5.603,16$$

$$VAN = \$ 9.365,07$$

El VAN del proyecto es mayor a cero lo que nos indica que se acepta el proyecto.

4.5.3. Tasa Interna de Retorno

La Tasa interna de rendimiento (TIR) para (Gitman, 2007)

Técnica compleja del presupuesto de capital; tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a 0 dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. (p. 359).

Tabla 53. Tasa Interna de Retorno

AÑOS	Detalle	\$
0	Inversión Inicial	\$ (5.562)
1	F.E. 1	\$ 1.075
2	F.E. 2	\$ 2.016
3	F.E. 3	\$ 3.313
4	F.E. 4	\$ 5.226
5	F.E. 5	\$ 8.044
TIR		42%

Elaborado por: Sonia Aucapiña

Análisis de los indicadores de decisión

Al realizar los cálculos para conocer la factibilidad del proyecto se puede decir que, de acuerdo al periodo de recuperación, se necesitarán 2 años, 2 meses y 2 días para poder recuperar la inversión inicial, el Valor Actual Neto (VAN) es positivo lo que

permite la aceptabilidad del proyecto; la Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es de 42% mayor a la de 8% que es la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), motivo por el cual se calcula tener un rendimiento sostenible en el tiempo.

4.6. Conclusión

El estudio económico- financiero nos muestra que, para iniciar con las actividades económicas, no se necesita de una fuerte inversión, debido a que se cuenta con un 40% de la inversión inicial; la rentabilidad proyectada es favorable para el proyecto, muestra un periodo de recuperación razonable que es de 2 años, 2 meses y 2 días, el crédito requerido se pagará en un lapso de 5 años, los gastos se podrán solventar con los ingresos por las ventas generadas y el Valor Actual Neto es mayor a 0; es decir, el proyecto es viable y rentable.

CONCLUSIONES

Al finalizar con el estudio de factibilidad para la implementación de una oficina de asesoría tributaria dirigida a personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad, en el cantón Gualaceo, se concluye que:

Al realizar la investigación de mercado para conocer el grado de aceptación del servicio de asesoría, se realizaron 180 encuestas, de las cuales el 53% de encuestados si están dispuestos a contratar los servicios tributarios ofrecidos; el comportamiento del consumidor permite establecer estrategias que potencien el ingreso al mercado, conociendo los medios de comunicación más utilizados, los cuales son las redes sociales, permitiendo direccionarnos de mejor manera para el posicionamiento en la mente del consumidor.

En el análisis de la oferta, se identificó y se evaluó a la competencia existente, conformada por: “ACCONSULTORA”, “ECONT CONSULTORA” y “SIRIUS consultora” dentro del cantón, mimas que manejan precios accesibles y brindan un amplio portafolio de servicios siendo así una fuerte competencia directa, lo que motiva a diferenciarnos de acuerdo a las necesidades de los contribuyentes, implementando el servicio a domicilio/establecimiento del contribuyente y ampliando el portafolio de servicios de “F.A.SOCIADOS” Asesoría Tributaria.

La inversión inicial es de \$5.562,05, misma que será recuperada en un tiempo aproximado de 2 años, 2 meses, 2 días.

De acuerdo al análisis económico-financiero, se pudo evidenciar un VAN positivo de \$9.365,07 y una TIR de 42%, mismos que permiten demostrar la viabilidad y aceptabilidad del proyecto, sin olvidar que frente a la situación actual que vivimos, se pretende enfatizar en la captación de clientes a través de estrategias de marketing digital.

Además, la viabilidad el proyecto se confirma tomando en cuenta que su punto de equilibrio es de 42 trámites anuales a un precio promedio de \$25,24; siendo éste un precio razonable y accesible de acuerdo a la tipología de trámite tributario, teniendo

en cuenta que es un servicio personalizado, buscando el vínculo entre cliente y asesoría.

RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar estrategias de expansión al consolidarse en el mercado.

Ampliar el portafolio, lo que implica capacitaciones continuas para los colaboradores.

Brindar servicios eficientes, lo cual generará publicidad oportuna ya que mediante las recomendaciones se puede llegar a más personas que requieran de los servicios ofertados.

Elaborar y analizar estrategias de permitan mejorar los flujos establecidos.

Desarrollar estrategias basadas en el comportamiento de la demanda para conseguir un adecuado posicionamiento de la asesoría tributaria

Crear alianzas estratégicas con imprentas y empresas de diseño gráfico para ampliar la captación de clientes.

Realizar estrategias de promoción en medios digitales apropiados a la situación actual debido a que son en las redes sociales las más utilizadas por el mercado al cual nos dirigimos.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2020). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. *Suplemento registro oficial No. 151*, 30. file:///C:/Users/atroy/Downloads/Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.pdf
- Banco Mundial. (2020). Previsiones de Inflacion. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/region/lac>
- Burbano, J. E. (2011). *Presupuestos: Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos* (Cuarta Edi). McGrawHill. https://www.academia.edu/36845754/Presupuestos_Burbano
- Cpamara de Copmercio (s.f.). Vlasificacion de las Empresas. Recuperado de: http://ccq.ec/wpcontent/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/CODIGO%20TRIBUTARIO.pdf>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones* (Octava Edi). McGrawHill.
- Comisión, L. A., Codificacion, D. E. L. Y., La, E., Codificacion, S.,Codigo, D. E. L., Primero, L., Tributario, D. E. L. O. S., & Fundamentales, D. (2014). *Codigo tributario*. 1-91. <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/CODIGO TRIBUTARIO.pdf>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). *Constitucion de la República del Ecuador. Incluye Reformas*, 1-136. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- De la Torre, L. C. (2016). *Investigación de mercados. Marketing 4.0* (Primera Ed). MARCO EIRL Editorial.
- Dirección Jurídica, N. (2014). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e*

Elster, J. (2019). Rendición de cuentas: Ejes de la Política Tributaria. *Rendición de cuentas*. <https://doi.org/10.2307/j.ctvm7bdsq>

Gan, F. B., & Triginé, J. (2012). *Cultura de empresa y gestión de cambios*. Díaz de Santos.

[https://books.google.com.ec/books?id=nZIyxgHZcIcC&pg=PA313&dq=que+son+los+valores+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjWmKO09t7pAhXGnuAKHUSFBCQQ6AEIQjAD#v=onepage&q=que son los valores de una empresa&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=nZIyxgHZcIcC&pg=PA313&dq=que+son+los+valores+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjWmKO09t7pAhXGnuAKHUSFBCQQ6AEIQjAD#v=onepage&q=que+son+los+valores+de+una+empresa&f=false)

Gitman, L. J. (2007). *Principios de administración financiera* (Decimoprim). PEARSON EDUCACIÓN.

Gray, D. (2000). *Crea y Rentabiliza tu Negocio* (Primera Ed). Marcombo S.A.

[https://books.google.com.ec/books?id=S5ztLCAO-CQC&pg=PA215&dq=comercializacion+de+un+servicio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFi9yAzIrrAhXpmuAKHSt2DbkQ6AEwBnoECAYQAg#v=onepage&q=comercializacion de un servicio&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=S5ztLCAO-CQC&pg=PA215&dq=comercializacion+de+un+servicio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFi9yAzIrrAhXpmuAKHSt2DbkQ6AEwBnoECAYQAg#v=onepage&q=comercializacion+de+un+servicio&f=false)

Herrero, J. P. (2012). *Administración, Gestión y Comercialización en la Pequeña Empresa* (Tercera Ed). Ediciones Paraninfo S.A.

[https://books.google.com.ec/books?id=JEJYwOwniAwC&pg=PA6&dq=clasificación+de+empresas,+administracion+de+empresas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiC2O_YrdXpAhVNTd8KHWQ1DFk4ChDoAQg1MAI#v=onepage&q=clasificación de empresas%2C administración de empresas&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=JEJYwOwniAwC&pg=PA6&dq=clasificación+de+empresas,+administracion+de+empresas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiC2O_YrdXpAhVNTd8KHWQ1DFk4ChDoAQg1MAI#v=onepage&q=clasificación+de+empresas%2C+administracion+de+empresas&f=false)

Jiménez, S. M. (2013). *Investigación y recogida de información de mercados* (Primera Ed). IC Edictorial.

[https://books.google.com.ec/books?id=sSGcCwAAQBAJ&pg=PA29&dq=definición+de+pseudocompra&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjo7Jzy_sfpAhVyd8KHZwOD7sQ6wEIQTAD#v=onepage&q=definicion de pseudocompra&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=sSGcCwAAQBAJ&pg=PA29&dq=definición+de+pseudocompra&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjo7Jzy_sfpAhVyd8KHZwOD7sQ6wEIQTAD#v=onepage&q=definicion+de+pseudocompra&f=false)

Keat, P. G., & Young, P. K. Y. (2004). *Economía de empresa* (Cuarta Edi). PEARSON

EDUCACIÓN.

https://books.google.com.ec/books?id=GPVj7aqTXZAC&pg=PA108&dq=que+es+la+oferta+y+la+demand&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwikz7_l8ovrAhUpTt8KHRPODVgQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=que es la oferta y la demanda&f=false

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuar). PEARSON EDUCACIÓN.

https://www.academia.edu/33383796/marketing_kotler_armstrong_pdf

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Direccion de Marketing* (Decimocuar). PEARSON EDUCACIÓN.

<http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>

Lusthaus, C., Adrien, M., Anderson, G., Carden, F., & Moltalvan, G. (2002). *Evaluación organizacional : marco para mejorar el desempeño*. IDB Bookstore.

<https://books.google.com.ec/books?id=Ex47GKcteH0C&pg=PA53&dq=estructura+organizacional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjLlejdtIrrAhXmQ98KHb9jA04Q6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q&f=false>

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta Edi). PEARSON EDUCACIÓN.

<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5DLibros - Investigacion de Mercados.pdf>

Martínez, J. F. (2018). *Sistema de información de mercados*. Ediciones Paraninfo S.A.

<https://books.google.com.ec/books?id=Xf1NDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+pseudocompra&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzmzvuZgsjpAhWjmeAKHVihAdMQ6AEIdTAJ#v=onepage&q&f=false>

Ministerio de Telecomunicaciones (2020) Logros de la Revolucion Tecnologica en el Ecuador. Recuperado de: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/logros-de-la-revolucion-tecnologica-en-ecuador-se-destacan-por-el-dia-nacional-de-las-telecomunicaciones-2/>

- Prieto, J. H. (2013). *Investigación de mercados* (Segunda Ed). ECOE EDICIONES.
https://books.google.com.ec/books?id=xY__AQAAQBAJ&pg=PA24&dq=segmentación+de+mercado:+mercado+objetivo+y+mercado+meta&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiiq4mH07voAhVjneAKHUWyBScQ6AEIMzAB#v=onepage&q&f=false
- Rosendo, V. R. (2018). *Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial*. ESIC EDITORIAL.
<https://books.google.com.ec/books?id=gLZiDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Merino+Sanz,+María+de+Jesus.+“Introducción+a+la+Investigación+de+mercados”+Ed.+ESIC.+Tercera+Edición.+Madrid+,+2010.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjknLa3w8DpAhXBneAKHYD3BVwQ6AEIXDAG#v=onepag>
- Ruiz, E. O., Gago, M. G., García, C. L., & López, S. B. (2013). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa* (Primera Ed). McGrawHill.
https://www.academia.edu/28580989/Recursos_humanos_y_responsabilidad_social_corporativa
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Decimocuar). McGrawHill.
<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Vázquez, B., Escudero, M. J., & De la Encarnación, M. (2010). *Empresa y administración* (Primera Ed). Ediciones Paraninfo S.A.
<https://books.google.com.ec/books?id=u7LtU-BBPrC&pg=PA29&dq=empresa+y+clasificacion+de+empresas,+administracion+de+empresas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjrqPfvjMbqAhWvm-AKHaOdAd8Q6AEwAnoECAYQAg#v=onepage&q=empresa+y+clasificacion+de+empresas%2C+administracion+d>

ANEXOS

Anexo 1. Recaudación de Impuestos del Azuay

Cantones	2017	2018
Camilo Ponce Enriquez	7'606.702	9'572.783
Chordeleg	663.089	750.182
Cuenca	656'492.325	725'628.362
El Pan	113.654	170.855
Girón	771.33	892.622
Guachapala	128.333	159.364
Gualaceo	3'979.662	4'147.272
Nabón	394.324	441.945
Oña	148.130	144.153
Paute	5'895.971	7'409.091
Pucará	217.842	316.884
San Fernando	148.596	151.730
Santa Isabel	1'448.213	1'589.570
Sevilla de oro	713.093	2'336.262
Sigsig	991.887	980.771
TOTAL RECAUDACIÓN	679'712.525	754'691.846

Anexo 2. Guía De Preguntas Entrevista En Profundidad

Buenas (tardes /días) Sr. / Sra. _____, queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado para poder realizar esta entrevista. También queremos mencionarle que los comentarios e información que nos proporcione serán muy valiosos para el desarrollo de la tesis a realizar

¿Cuál es su nombre?

¿De qué sector de Guacaleo es Ud.?

¿Cuál es su nivel de instrucción?

¿A qué se dedica?

¿En dónde trabaja?

¿Ud. realiza o ha realizado declaraciones de impuestos? ¿Cuáles?

¿Qué tipo de contribuyente es usted?

No obligados a llevar contabilidad

¿Quién realiza los trámites de declaraciones tributarias?

¿Qué opina Ud. sobre los servicios de asesoría tributaria que le brindan?

Según su criterio ¿Cuáles son las ventajas de contar con asesoría tributaria?

Según su criterio ¿Cuáles son las desventajas de contar con asesoría tributaria?

¿Qué servicio de asesoría tributaria ha recibido?

¿Con qué frecuencia contrata los servicios de asesoría tributaria externa?

¿Cuánto pagó por los servicios recibidos anteriormente?

¿Cómo califica el costo por la asesoría que recibió?

¿Cómo se enteró de la existencia de la consultoría/asesoría tributaria?

¿Estaría dispuesto a cambiarse a otra empresa de asesoría tributaria?

¿Qué factores incidieron para que Ud. se cambie de asesoría?

Usted prefiere recibir los servicios de asesoría tributaria en su domicilio/establecimiento o prefiere trasladarse a la oficina de asesoría

¿En qué lugar le gustaría que se encuentre la asesoría?

¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse?

Obligados a llevar contabilidad

¿Qué tiempo tiene su negocio/empresa?

¿Su contador trabaja bajo nómina o es un contador externo? ¿Por qué?

¿Qué tiempo lleva trabajando con el contador?

¿Cómo se siente con el servicio que le proporciona el contador?

¿Cómo fue la contratación de su contador?

Si su respuesta es un contador externo

Según su criterio ¿Cuáles son las ventajas de tener un contador externo?

Según su criterio ¿Cuáles son las desventajas de tener un contador externo?

¿Qué tipo de servicio tributario recibe?

¿Cuánto paga por los servicios tributarios recibidos?

¿Estaría dispuesto a cambiarse a otra empresa de asesoría tributaria? ¿Por qué?

¿Qué factores incidieron para que Ud. se cambie de asesoría?

Usted prefiere recibir los servicios de asesoría tributaria en su domicilio/establecimiento o prefiere trasladarse a la oficina de asesoría

¿En qué lugar le gustaría que se encuentre la asesoría?

¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse?

Si su contador es bajo Nómina.

¿Cómo se siente con los servicios profesionales que le brinda su contador?

¿Si le ofrecieran los servicio de asesoría externa que probabilidad tiene de que se cambie?

¿Qué factores incidieron para que Ud. se cambie de asesoría?

¿Usted prefiere recibir los servicios de asesoría tributaria en su domicilio/establecimiento o prefiere trasladarse a la oficina de asesoría?

¿En qué lugar le gustaría que se encuentre la asesoría?

¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse?

Anexo 3. Precio promedio de los servicios

Trámites tributarios	Precio			Total T.
	\$10 - \$30	\$31 - \$60	\$61 - \$90	
Declaración de IVA mensual	54	27		81
Declaración de IVA semestral	8	30	4	42
Declaración de Impuesto a la Renta	11	19	22	52
Devolución de IVA por discapacidad	2	18		20
Devolución de IVA por tercera edad	5	8	2	15
Devolución de Impuesto a la Renta	3	5		8
Apertura de RUC/RISE	4			4
Inscripción de cuenta bancaria	2			2
Solicitud para obtener factureros	5			5

Trámites tributarios	Promedio			Total \$
	\$ 20,00	\$ 45,50	\$ 75,50	
Declaración de IVA mensual	\$ 1.080,00	\$ 1.228,50	\$ -	\$ 2.308,50
Declaración de IVA semestral	\$ 160,00	\$ 1.365,00	\$ 302,00	\$ 1.827,00
Declaración de Impuesto a la Renta	\$ 220,00	\$ 864,50	\$ 1.661,00	\$ 2.745,50
Devolución de IVA por discapacidad	\$ 40,00	\$ 819,00	\$ -	\$ 859,00
Devolución de IVA por tercera edad	\$ 100,00	\$ 364,00	\$ 151,00	\$ 615,00
Devolución de Impuesto a la Renta	\$ 60,00	\$ 227,50	\$ -	\$ 287,50
Apertura de RUC/RISE	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ 80,00
Inscripción de cuenta bancaria	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ 40,00
Solicitud para obtener factureros	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ 100,00

Anexo 4. Rendición de Cuentas del Servicio de Rentas Internas (SRI)

	Cumplimiento tributario	
	Periodo 2008-2009	Periodo 2018-2019
Presentación de declaraciones de impuesto renta en número de contribuyentes	3 de cada 10	8 de cada 10
Presentación de declaraciones de impuesto al valor agregado en número de contribuyentes	5 de cada 10	9 de cada 10

Recaudación de impuestos (en miles de dólares)		
Total recaudado 2018	\$13.878.692,00	2,81%
Total recaudado 2019	\$14.268.533,00	

Capacitaciones Virtuales	
Beneficios	Oferta
Acceso Permanente	Cursos Virtuales
Gratuitas	Videos Tutoriales
Clara y sencillas	Clases en Vivo
Temas	Visitas
Deberes Formales	21,364
Impuesto a la Renta	74,877
Impuesto al Valor agregado	66,757
Beneficios tributarios	2,807
Devolución del IVA a personas con discapacidad	13,052
Total	178,857

Anexo 5. Tablas de detalle de muebles y enseres

Muebles de Oficina

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
2	Modular	\$ 145,00	\$ 290,00
10	Sillas para clientes	\$ 15,00	\$ 150,00
3	Sillas para personal	\$ 25,00	\$ 75,00
1	Escritorios	\$ 92,00	\$ 92,00
3	Archivadores	\$ 80,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 847,00

Equipo de Oficina

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Teléfono fijo	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Dispensador de agua	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Cafetera	\$ 35,00	\$ 35,00
3	Calculadoras	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL			\$ 180,00

Equipo de computo

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Impresora Multifuncional	\$ 250,00	\$ 250,00
2	Computadora de Escritorio	\$ 600,00	\$ 1.200,00
1	Laptop	\$ 550,00	\$ 550,00
TOTAL			\$ 2.000,00

Publicidad

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
15	Tarjeta de presentación	\$ 0,20	\$ 3,00
1	Fan page	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Letrero 50cm*50cm	\$ 40,00	\$ 40,00
TOTAL			\$ 45,00