



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

# “UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL”

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: “Plan de Negocios para la creación de una empresa consultora tributaria  
en la parroquia Calderón”**

**Informe del trabajo de grado previo para la obtención del título de ingeniero en  
Administración de Empresas.**

**AUTOR: JIMÉNEZ SALAZAR HENRY FRANCISCO**

**TUTORA: Mg Jesús Amparo Chamorro Vásconez**

**TUTOR TÉCNICO: Mg. Fausto German Pazmiño Muñoz**

**QUITO-ECUADOR**

**AÑO 2017**

## DATOS GENERALES

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Tema:</b>               | “Plan de Negocios para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón” |
| <b>Estudiante:</b>         | Jiménez Salazar Henry Francisco   |
| <b>Carrera:</b>            | Ingeniería en Administración de Empresas  |
| <b>Tutor Metodológico:</b> | Mg Jesús Amparo Chamorro Vasconez.  |
| <b>Asesor Técnico:</b>     | Mg. Fausto German Pazmiño Muñoz   |
| <b>Fecha:</b>              | Julio 2017  |

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación del proyecto “Plan de Negocios para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón”. Presentado por el ciudadano Jimenez Salazar Henry Francisco, estudiante de la carrera Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 24 de Julio del 2017

### **EL TUTOR**

Msc. Jesús Amparo Chamorro

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Henry Francisco Jiménez Salazar

C.I. 172250786-8

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Administración de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito,.....

Para constancia forman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

**PRESIDENTE**

**VOCAL**

**VOCAL**

## **Agradecimiento.**

Principalmente a Dios y a mis padres pilares fundamentales, mis hermanos y familia pues siempre estuvieron allí cuando los necesite, a mis compañeros, amigos y demás personas quienes con su ayuda incondicional aportaron en la realización de este trabajo, Finalizando agradezco a mis profesores dentro de cada nivel de estudios en lo que ha sido mi vida estudiantil, ya que sin sus conocimientos esto no podría llegar a ser posible y resaltando a la vez la labor de los Mg. Amparito Chamorro y Mg. Fausto Pazmiño directores de tesis que contribuyeron con su asesoría y revisión del presente trabajo.

## **Dedicatoria**

Dedicado a Mayra Alejandra (+) el ser más maravilloso quien fue mi guía, gracias a ella aprendí a elegir el camino correcto y a valorar mejor la vida ahora es mi mayor motivación y sé que desde el cielo celebra los logros en mi vida que con sus bendiciones he llegado a culminar esta valiosa etapa de aprendizaje.

A mi Padre Samuel quien ha sabido apoyarme durante toda mi vida y me ha enseñado los valores necesarios para ser un hombre de bien.

A mi Madre Alvarita, que gracias a su amor y he podido surgir y seguir adelante, apoyándome y aconsejando.

## ÍNDICE

## INDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN.....   | 1  |
| PROBLEMA.....   | 2  |
| OBJETIVOS.....  | 3  |
| Objetivo General. ....  | 3  |
| Objetivos Específicos. ....                                   | 3  |
| HIPÓTESIS.....  | 3  |
| Variable Independiente: .....                                 | 3  |
| Variable dependiente: .....                                   | 3  |
| CAPITULO I.....   | 5  |
| 1.1    Marco teórico .....                                    | 5  |
| 1.2    Marco conceptual .....                                 | 9  |
| 1.2.1    Legislación. ....                                    | 10 |
| CAPITULO II.....  | 18 |
| 2    Marco metodológico.....                                  | 18 |
| 2.1    Métodos .....  | 18 |
| 2.1.1    Descriptivo .....                                    | 18 |
| 2.1.2    Observación. ....                                    | 18 |
| 2.1.3    Análisis.....  | 18 |
| 2.1.4    Método analítico .....                               | 19 |
| 2.1.5    Método sintético .....                               | 19 |
| 2.1.6    Método sintético .....                               | 19 |
| 2.1.7    Estudio Transversal .....                            | 19 |
| 2.1    Metodología de la Investigación. ....                  | 19 |
| 2.2.1    Metodología a emplear .....                          | 20 |
| Métodos / Técnicas .....                                      | 20 |
| 2.2.2    Instrumentos .....                                   | 20 |
| 2.2.3    Aplicación del instrumento y recogida de datos ..... | 21 |
| 2.2    Técnicas de recolección de datos. ....                 | 21 |
| 2.3.1    Técnica de Encuesta. ....                            | 21 |
| 2.3.1.1    Diseño de la Encuesta. ....                        | 22 |
| 2.3.2    Encuesta.....  | 22 |

|                          |   |           |
|--------------------------|---|-----------|
| 2.3.3                    | Población y muestra .....                                       | 23        |
| 2.3.3.1                  | Población. ....   | 23        |
| 2.3.1.1                  | Muestra.....  | 23        |
| 2.3.4                    | Tabulación de la Información .....                              | 26        |
| 2.3.5                    | Ordenamiento .....  | 26        |
| 2.3.6                    | Análisis e interpretación de los resultados.....                | 26        |
| 2.3.7                    | Análisis Individual de las preguntas de la Encuesta. ....       | 26        |
| 2.3.8                    | Entrevista a Dueños de Locales comerciales y profesionales..... | 38        |
| <b>CAPITULO III.....</b> |   | <b>39</b> |
| <b>3</b>                 | <b>Propuesta.....</b>   | <b>39</b> |
| 3.1                      | Caracterización de la Propuesta.....                            | 40        |
| 3.2                      | Modelo de negocio .....   | 40        |
| 3.3                      | Definición del Negocio.....                                     | 40        |
| 3.3.1                    | Misión. ....  | 40        |
| 3.3.2                    | Visión. ....  | 40        |
| 3.3.3                    | Valores. ....   | 41        |
| 3.3.4                    | Políticas.....  | 41        |
| 3.3.5                    | Modelo de empresa .....   | 42        |
| 3.3.6                    | Planeación estratégica .....                                    | 43        |
| 3.3.7                    | Objetivos Estratégicos.....                                     | 43        |
| 3.3.8                    | Estrategias.....  | 44        |
| 3.4                      | Segmento / Nicho .....  | 44        |
| 3.5                      | Servicios y a Ofrecer.....                                      | 45        |
| 3.6                      | Precio .....  | 46        |
| 3.7                      | Promoción .....   | 46        |
| 3.8                      | Gestión de Marketing.....                                       | 47        |
| 3.8.1                    | Marketing Estratégico.....                                      | 47        |
| 3.8.1.1                  | Planificación .....   | 48        |
| 3.9                      | Estructura Organizacional.....                                  | 49        |
| 3.9.1                    | Denominación de la empresa .....                                | 49        |
| 3.9.2                    | Logotipo de la Empresa .....                                    | 50        |
| 3.9.3                    | Organización y formas de trabajo .....                          | 50        |
| 3.9.3.1                  | El trabajo.....   | 50        |

|            |  |    |
|------------|--|----|
| 3.9.3.2    | El personal.....                                 | 51 |
| 3.9.3.3    | El lugar de trabajo.....                         | 51 |
| 3.9.3.4    | Organización de las Actividades.....             | 51 |
| 3.9.4      | Componentes de Organización .....                | 52 |
| 3.9.4.1    | Actores Internos .....                           | 52 |
| 3.9.4.2    | Actores Externos.....                            | 52 |
| 3.9.5      | Organigrama Funcional .....                      | 52 |
| 3.9.6      | Funciones por Área .....                         | 54 |
| 3.9.7      | Recursos Materiales.....                         | 59 |
| 3.9.8      | Activos tangibles.....                           | 59 |
| 3.9.9      | Recursos Humanos.....                            | 60 |
| 3.9.10     | Marco Legal. ....                                | 60 |
| 3.9.10.1   | Registro Único de Contribuyentes.....            | 61 |
| 3.9.10.2   | Obligaciones Tributarias .....                   | 61 |
| 3.9.10.3   | Responsabilidades Comerciales .....              | 62 |
| 3.9.10.4   | Responsabilidad Laboral.....                     | 63 |
| 3.9.11     | Estudio de Mercado. ....                         | 63 |
| 3.9.11.1   | Análisis de la Demanda. ....                     | 64 |
| 3.9.11.1.1 | Proyección de la Demanda.....                    | 64 |
| 3.9.11.2   | Demanda Insatisfecha. ....                       | 66 |
| 3.9.11.3   | Análisis de la demanda insatisfecha.....         | 67 |
| 3.9.11.4   | Análisis de la Oferta. ....                      | 68 |
| 3.9.12     | Estudio Técnico.....                             | 68 |
| 3.9.12.1   | Ubicación.....                                   | 68 |
| 3.9.13     | Estudio Financiero. ....                         | 71 |
| 3.9.13.1   | Mobiliario.....                                  | 71 |
| 3.9.13.2   | Resumen de Inversión .....                       | 72 |
| 3.9.13.3   | Gastos Operativos .....                          | 72 |
| 3.9.13.4   | Gastos Administrativos .....                     | 73 |
| 3.9.13.5   | Ingresos Operacionales .....                     | 73 |
| 3.9.13.1   | Estado de Resultados Integrales Proyectado. .... | 75 |
| 3.9.13.2   | Flujo de Caja .....                              | 76 |
| 4          | Conclusiones y Recomendaciones.....              | 77 |

|     |                          |           |
|-----|--------------------------|-----------|
| 4.1 | Conclusiones .....       | 77        |
| 4.2 | Recomendaciones .....    | 78        |
|     | <b>Bibliografía.....</b> | <b>79</b> |

## INDICE DE GRAFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1 Población activa económicamente ..... | 24 |
| Gráfico 2 Pregunta 1.....                       | 28 |
| Gráfico 3 Pregunta 2.....                       | 29 |
| Gráfico 4 Pregunta 3.....                       | 30 |
| Gráfico 5 Pregunta 4.....                       | 31 |
| Gráfico 6 Pregunta 5.....                       | 32 |
| Gráfico 7 Pregunta 6.....                       | 33 |
| Gráfico 8 Pregunta 7.....                       | 34 |
| Gráfico 9 Pregunta 8.....                       | 35 |
| Gráfico 10 Pregunta 9.....                      | 36 |
| Gráfico 11 Pregunta 10.....                     | 37 |
| Gráfico 12 Logo .....                           | 50 |
| Gráfico 13 Organigrama Funcional .....          | 53 |
| Gráfico 14 Ficha Gerente General .....          | 54 |
| Gráfico 15 Ficha Supervisor .....               | 55 |
| Gráfico 16 Ficha Contador.....                  | 56 |
| Gráfico 17 Ficha Marketing y Ventas .....       | 57 |
| Gráfico 18 Ficha Analistas .....                | 58 |
| Gráfico 19 Ficha Secretaria .....               | 59 |
| Gráfico 20 Edificio.....                        | 69 |
| Gráfico 21 Ubicación Geográfica .....           | 70 |

## Índice de Tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Aspectos que debe considerar en un plan de negocios .....                                 | 7  |
| Tabla 2 Formula cálculo de la muestra .....   | 25 |
| Tabla 3 Pregunta 1 .....  | 28 |
| Tabla 4 Pregunta 2 .....  | 29 |
| Tabla 5 Pregunta 3 .....  | 30 |
| Tabla 6 Pregunta 4 .....  | 31 |
| Tabla 7 Pregunta 5 .....  | 32 |
| Tabla 8 Pregunta 6 .....  | 33 |
| Tabla 9 Pregunta 7 .....  | 34 |
| Tabla 10 Pregunta 8 .....   | 35 |
| Tabla 11 Pregunta 9 .....   | 36 |
| Tabla 12 Pregunta 10 .....  | 37 |
| Tabla 13 Demanda Insatisfecha .....   | 66 |
| Tabla 14 Análisis de la demanda insatisfecha .....  | 67 |
| Tabla 15 Listado de Muebles y enseres, Equipo de computación e instalaciones y adecuaciones ..... | 71 |
| Tabla 16 Resumen de Inversión .....   | 72 |
| Tabla 17 Gastos Operativos .....  | 72 |
| Tabla 18 Gastos Administrativos .....   | 73 |
| Tabla 19 Detalle de clientes e ingresos proyectados .....   | 74 |
| Tabla 20 Estado de Resultados Integrales Proyectado.....  | 75 |
| Tabla 21 Flujo de Caja.....   | 76 |

## **Resumen.**

El presente proyecto trata sobre un plan de negocios para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón para conocer la factibilidad de que tendría dentro de sus posibles clientes, al realizar nuestras técnicas de investigación y análisis de resultados utilizando fuentes de recopilación de información como la encuesta a personas económicamente activas que desarrollan algún tipo de actividad lícita de comercio o prestación de servicios dentro de la parroquia, en conocer sus principales necesidades de contar con una empresa que les brinde la asesoría tributaria con un portafolio de servicio amplio y que ofrezca profesionalismo al momento de atender sus requerimientos enfocados en una distinción de servicio y resultados efectivos, el disponer de profesionales capacitados en temas tributarios y ofrecer la inclusión con otros profesionales en otros temas mismos que serán de utilidad ante cualquier otro tipo de requerimiento sea en temas contables, legales o societarios, principalmente la tributación es una necesidad generada ya sea por el aporte significativo que representa para el cumplimiento de las regulaciones tributarias con constantes cambios e inclusión de nuevas obligaciones a medida que un negocio crece genera mayor demanda de información a presentar al organismo de control.

## **Palabras Claves:**

Administración – Tributación – Procesos – Obligaciones – Información

**Abstract.**

The present project deals with a business plan for the creation of a tax consulting company in Calderón parish to know the feasibility of having among its possible clients, when performing our techniques of research and analysis of results using sources of information gathering Such as the survey of economically active people who carry out some type of lawful business of commerce or provision of services within the parish, in knowing their main needs to have a company that provides tax advice with a broad service portfolio and offering Professionalism in meeting their requirements focused on a distinction of service and effective results, the availability of professionals trained in tax issues and offer inclusion with other professionals in other subjects that will be useful before any other type of requirement in accounting matters , Legal or corporate, mainly the taxation is a necessity generated either by the significant contribution that it represents for compliance with tax regulations with constant changes and inclusion of new obligations as a business grows generates more demand for information to present to the organization control.

**Key words:**

Administration - Taxation - Processes - Obligations - Information

## INTRODUCCIÓN

“La parroquia de Calderón se encuentra ubicada al Noreste del Distrito Metropolitano de San Francisco de Quito, tiene una alta densidad poblacional, ya que es uno de los polos de desarrollo; donde puede crecer y expandirse la Ciudad Capital del Ecuador, tiene una altura de 2.696 m.s.n.m. con un clima templado en día; mientras las noches son frías, celebra sus fiestas de fundación el 9 de agosto de 1897” (Luna, 2012),

Ubicada en la Provincia de Pichincha, al Norte este del Distrito Metropolitano de Quito, el clima que posee es seco y templado ideal para una mejor convalecencia de enfermedades causadas por la humedad.

### Límites

Norte: Parroquia San Antonio

Sur: Parroquia Llano Chico

Este: Parroquia Guayllabamba

Oeste: Parroquia Pomásqui y Distrito Metropolitano de Quito.

### Altitud

Esta parroquia está situada a 2.610 m.s.n.m

### Superficie

Su actual superficie aproximadamente es 79,17 Km<sup>2</sup>.

### Demografía

El censo del 2010 dio como resultados que su población es de 152242 habitantes, con una mayor proporción se encuentran ubicados en áreas urbanas.

Calderón mantiene un progresivo crecimiento comercial, empresarial e inclusive en prestación de servicios los habitantes han centrado todo su interés en la creación de negocios y microempresas muchos de ellos de origen familiar, originando así que los locales comerciales deban contar con todas las normas y reglamentos que las leyes del Estado exigen.

La Administración Tributaria y las instituciones de control del Estado han fortalecido sus políticas de intervención hacia todos los sectores involucrados en las actividades económicas, por tanto, la tributación y la contabilidad se han convertido en el principal

requerimiento que ante la ley deben cumplir todas las sociedades o personas naturales que realizan actividades de comercio.

La consecuencia directa de estos controles por parte de la Administración Tributaria, ha provocado que las empresas y microempresas vean la necesidad de tomar medidas de control sobre sus negocios.

Las principales falencias a la hora de implementar un negocio y a medida de su crecimientos se van generando nuevas obligaciones con las diferentes Instituciones del Estado como son: SRI (Servicio de Rentas Internas), Ministerio del Trabajo, IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) y si es el caso Superintendencia de Compañías (SIC).

El entorno en que se desenvuelve los negocios sus principales obligaciones sus nuevas obligaciones mismas que son fruto de un crecimiento en el continuo desarrollo de sus actividades las constantes variaciones en las políticas de recaudación tributaria sean estos para recaudar impuestos o para otorgar beneficios a sectores identificados dentro de la economía del país que se han visto afectados por diversas situaciones sean internas o externas.

## **PROBLEMA**

Hoy en día los contribuyentes dueños de negocios están sufriendo problemas a la hora de presentar o estar al día en sus obligaciones, y más cuando el negocio crece ya que en muchos casos esto acarrea nuevas obligaciones con las entidades de control, en algunos casos no cuentan con la información oportuna sobre ello y esto les genera problemas futuros que llegan a ser de su conocimiento cuando algún ente de control se los notifica.

La naturaleza de tener un negocio es que este rinda resultados favorables que ayuden al crecimiento esto es más factible si previamente o desde su nacimiento ya se cuenta con procesos establecidos o enfoques que muchas veces creen que no tienen la necesidad de una asesoría oportuna, pero caen en el error de darse cuenta cuando ya acarrear problemas como multas.

Por lo expuesto anteriormente podemos deducir que hay la gran oportunidad de colaborar con la gestión contable, administrativa, financiera y legal de personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad así como de las medianas y pequeñas

empresas, en donde esta colaboración puede estar complementada con sistemas de información informen toma de decisiones proveyendo información oportuna y precisa.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General.**

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón.

### **Objetivos Específicos.**

- Fundamentar teóricamente el Plan de Negocios para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón.
- Realizar la investigación de mercado para determinar la factibilidad del desarrollo del proyecto Plan de negocio para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón.
- Diseñar una propuesta para el desarrollo del proyecto Plan de Negocios para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón.

## **HIPÓTESIS**

La idea principal dentro de esta propuesta es la de obtener rentabilidad monetaria al ofrecer una clase especializada de servicio, ofreciendo una alternativa diferente hacia los clientes con la finalidad que nuestro servicio brinde total confianza en el correcto desarrollo de sus actividades.

### **Variable Independiente:**

Plan de Negocios para la creación de una empresa de consultoría administrativa, tributaria y contable enfocada a Personas Naturales Obligadas y no Obligadas a llevar contabilidad en la parroquia Calderón

### **Variable dependiente:**

Ofrecer la alternativa de servicio completo en temas de asesoría de tipo administrativa para procesos dentro de la organización.

Ofrecer la alternativa de servicio de asesoría contable y tributaria para que las empresas tengan un correcto manejo de la contabilidad ofreciendo asesoría en contratación de sistemas de acuerdo a su giro de negocio.

## CAPITULO I

### 1.1 Marco teórico

¿Qué es un plan de negocios?

Consiste básicamente en un documento ordenado y detallado que se puede asociar con el concepto de un mapa, donde se describe la trayectoria operacional y financiera de una empresa o negocio con tres perspectivas; el pasado como una introducción, el presente como el contexto y la situación actual de la organización, y por último, el futuro como una proyección de objetivos y metas.

“Tanto los inversionistas como los administradores utilizan el plan para comprender mejor el negocio, el tipo de producto o servicio que se ofrece, la naturaleza del mercado, así como las características del empresario y del equipo administrativo.” (Longenecker J, 1978)

El plan de negocio es una herramienta de trabajo para las todas las personas que desean iniciar y desarrollar una aventura empresarial. Se trata de una presentación por escrito en la cual nos entrega guía como:

- Reconoce, delinea y examina una oportunidad de negocio, pudiendo aparecer en esta fase cuestiones decisivas sobre las que inicialmente no se reparó.
- Examina su posibilidad monetaria y financiera de que resulte, convirtiéndose en el argumento básico que aconseja o no el desarrollo del proyecto.
- Desarrolla procesos y tácticas para convertir ese proyecto de negocio en un proyecto empresarial, al tratarse de una definición previa del marketing y sus políticas, de recursos humanos, de compras, financieras basadas en el estudio de la demanda y el análisis del mercado.

El principal propósito de los planes de negocios permitir hacer viable la consecución de los objetivos y metas, más importantes para la compañía o sus principales directivos por lo precisa que se incluya una organización que nos permita acceder a la información y facilitar su estudio y análisis para cumplir objetivos específicos.

El plan de negocio detalla la información acerca del proyecto, es un guion, o memoria en sentido amplio, que sirve como base y punto de partida de todo desarrollo empresarial.

Creado por el propio emprendedor, este documento plasma sus ideas y la forma de llevarlas a cabo. Constan asimismo los objetivos y las estrategias que piensa desarrollar la empresa, negocio o iniciativa empresarial.

“El plan de negocio va orientado para su presentación a entidades financieras, posibles socios, proveedores que normalmente disponen de poco tiempo para realizar una lectura detallada. Por ello, la parte principal debe ser relativamente breve, de unas 30 páginas, aproximadamente. Así, para poder presentar el plan de negocio en un tamaño razonable, conviene redactar en documentos aparte o anexos algunos aspectos. El plan de negocio ha de describir los productos y cómo se van a fabricar. Puede ser práctico pasar la gran mayoría de los detalles técnicos a otro documento específico. En el plan basta con una descripción general para no expertos; las especificaciones técnicas concretas y detalladas se reseñarán en el otro documento”. (Almoguera, 2006)

Los planes de negocio son de vital importancia para quien quiere emprender un nuevo negocio, también poseen gran relevancia para los que ya existen y quieren mejorar.

“El plan debe ser simple, claro, conciso e informativo, debe identificar los riesgos y obstáculos para llevarlo a cabo exitosamente, especificando las variables que pudieran tener mayor impacto en los resultados que se buscan.” (Sahlman, 1997)

Este documento debe estar bien desarrollado y que a su vez posea mucha información relevante y de gran importancia en caso de requerir o necesitar el apoyo de inversionistas sean estos externos o internos además que sirva para motivar a los propios autores que buscan la ejecución favorable de este plan debe contener escenarios enfocados a la presentación de resultados, en la medida que transmita e incentive inversiones que garanticen el crecimiento económico y sostenible del proyecto

A continuación se presenta una serie de puntos que se deben considerar en un Plan de negocios” (Sahlman, 1997).

**Tabla 1 Aspectos que debe considerar en un plan de negocios**

|  |
|--|
| ¿Quiénes son los clientes?   |
| ¿Cuánto cuesta en recursos y en tiempo lograr tener un cliente?                      |
| ¿Cómo decide el cliente comprar el producto o servicio?                              |
| ¿Cuándo debe pagar el cliente al negocio?  |
| ¿Cómo se le pone precio al producto o servicio?                                      |
| ¿Cuándo se deben de comprar los recursos y cuándo se deben pagar?                    |
| ¿Cuánto cuesta producir y entregar el producto o servicio?                           |
| ¿Qué implica mantener a un cliente?  |
| ¿Qué tan fácil o difícil es retener a un cliente?                                    |
| ¿Qué tan cortó es el ciclo de vida del producto o servicio?                          |
| ¿Existe bastante competencia?  |
| ¿Quiénes son los competidores y que recursos controlan?                              |
| ¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades?  |
| ¿Quién más puede ver y explotar la misma oportunidad?                                |
| ¿De qué manera los inversionistas pueden recibir eventualmente dinero?               |
| ¿Existe la posibilidad de que la empresa se vuelva pública y qué tan benéfico sería? |
| ¿Cómo es que la estrategia alcanza a los segmentos identificados de mercado?         |
| ¿De qué manera la estrategia puede hacer frente a la competencia?                    |
| ¿Existe alguna manera de colaborar con competidores mediante una alianza?            |
| ¿De qué manera los inversionistas pueden recibir eventualmente dinero?               |
| ¿Cómo es que la estrategia alcanza a los segmentos identificados de mercado?         |
| ¿De qué manera la estrategia puede hacer frente a la competencia?                    |

**Fuente: Sahlman W. (1997)**

Esta serie de preguntas ayudan a comprender los elementos que componen un negocio, y a tener una perspectiva para desarrollar una serie de pasos que serán necesarios para su elaboración.

### **La consultoría**

“Es el proceso de analizar, estudiar y comprender el trabajo y procesos de una organización, para poder dictaminar sus fallas y aciertos sobre temas como la planeación, organización, dirección y control, a partir de los cuales, se diseña e implanta un plan de mejora para asegurar la competitividad, sustentabilidad y autogestión de las organizaciones” (SOLÓRZANO, 2004)

La consultoría es un servicio profesional prestado por empresas, o por profesionales en forma individual conocidas como consultoras o consultores respectivamente con experiencia o conocimiento específico en un área, asesorando personas, asesorando a otras empresas, a grupos de empresas, a países o a organizaciones en general.

“Un consultor es sencillamente, cualquier persona que da consejos o presta otros servicios de naturaleza profesional o semiprofesional a cambio de una retribución”. (COHEM, 1937)

Teniendo en cuenta los conceptos e investigaciones previas se puede definir a como la prestación de un servicio o servicios por personas calificadas en áreas o especializados en temas que al resto de personas les genera un obstáculo en el desarrollo de sus normales actividades.

La consultoría se basa en la prestación de un servicio especializado en un tema o varios temas que busca ser resueltos mediante la ayuda de un profesional especializado o que tenga el conocimiento suficiente en la resolución de un problema, para ello utilizara herramientas, además de estar capacitado y actualizado sobre los más recientes cambios que se haya podido implementar, un consultor debe estar constantemente actualizándose en los campos que a este le competen.

### **“El consultor”**

“La consultoría es un servicio profesional no importa el ámbito de actuación del consultor, economía, política, de imagen o en el desarrollo de una fiesta o evento público; el mercado de actuación es tan variado como las decisiones que se deban tomar, en este caso hablaremos de la consultoría de negocios.” (Urzua, 2011)

“Ahora para conseguir resultados óptimos durante la realización del servicio de consultoría es necesario considerar dos elementos importantes: la decisión de la dirección general por mejorar la organización y la colaboración que surge de la relación cliente - consultor. Estos elementos hacen que la consultoría nos aporte los conocimientos y las técnicas profesionales para resolver los problemas prácticos de gestión, con la finalidad de ayudar al cliente a discernir las causas más comunes de dichos problemas y enseñar al cliente a abordar los problemas que se le susciten posteriormente. ” (Urzua, 2011)

“Cuando un grupo se adentra en un proceso por consenso, se pide a los participantes que realmente depositen parte de su confianza en los demás.” (Ouchi, Teoría Z, 1986) Se enfrenten, entonces, a una fusión de destinos individuales. Cada sujeto saldrá de la reunión con la responsabilidad personal de alcanzar metas acordadas colectivamente por el grupo.” (Urzua, 2011)

Las organizaciones deben estar conscientes en la necesidad de siempre buscar llegar a ser mejores y por ende realiza constantes cambios en la visión a futuro mediante el análisis de sus objetivos planteados. “Algunas lo hacen mediante los departamentos o direcciones de relaciones públicas con que cuentan sus estructuras; otras más encargan esta tarea a los responsables de mercadotecnia, ventas o recursos humanos; en algunas empresas es el propio director general el que se encarga de esta actividad; y otras las dejan en manos de consultores o asesores externos” (Bonilla, 1998). Se debe hacer exámenes constantes al desarrollo que venimos trabajando revisión de las medidas implementadas para evitar caer en huecos que traigan consigo nuevos problemas y pongan en riesgo esto.

“Entonces, podemos concluir que la consultoría administrativa es un servicio profesional, prestado por personal ajeno (generalmente) o interno a la organización; de tal manera que no es influenciado por las soluciones que él brinde o de los problemas que detecte dentro de la organización, y brindado en calidad de asesoramiento.” (Urzua, 2011)

Como conclusión el hablar de la consultoría necesitamos hablar y enfocarnos a los servicios profesionales y el asesoramiento que brindaremos como organización y que nuestros colaboradores también sean mensajeros del servicio profesional esto será de suma importancia al momento de resolver problemas y al momento de entregar nuestro trabajo o nuestros informes que podamos convertirnos en un aliado estratégico con nuestros clientes que nuestro servicio genere la confianza necesaria y la satisfacción que ellos requieren y necesitan para evitar futuros problemas.

## **1.2 Marco conceptual**

Los conceptos básicos que serán utilizados en la propuesta del plan de negocios presente hacen referencia a términos técnicos comúnmente utilizados dentro de la

prestación de servicios de consultoría, estos a su vez forman parte de la bibliografía consultada para este propósito y cuyo origen se encontrara dentro de varios textos de autor.

### **1.2.1 Legislación.**

“Personas naturales.-Son personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas y pueden o no estar obligadas a llevar contabilidad.”

Obligados a llevar contabilidad deben cumplir con lo establecido en el Art. 37 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Para el caso de personas naturales cuya actividad habitual sea el arrendamiento de bienes inmuebles, no se considerará el límite del capital propio.

“Las personas naturales que, de acuerdo con el inciso anterior, hayan llevado contabilidad en un ejercicio impositivo y que luego no alcancen los niveles de capital propio o ingresos brutos anuales o gastos anuales antes mencionados, no podrán dejar de llevar contabilidad sin autorización previa del Director Regional del Servicio de Rentas Internas.” ( Ley de Regimen Tributario Interno, 2016)

“La contabilidad deberá ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado.” ( Ley de Regimen Tributario Interno, 2016)

“Los documentos sustentatorios de la contabilidad deberán conservarse durante el plazo mínimo de siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario como plazo máximo para la prescripción de la obligación tributaria, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales.” ( Ley de Regimen Tributario Interno, 2016).

Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos

“**Agentes De Retención.-** Es toda persona jurídica pública o privada o persona natural obligada a llevar contabilidad, que en razón de su actividad, función o empleo, está en posibilidad de retener tributos al momento que paga o acredita en cuenta cualquier tipo de ingreso que constituya renta gravada para quien lo reciba. (Art. 28 del Código Tributario).” ( Ley de Regimen Tributario Interno, 2016)

**Alianza Estratégica.-** Unión temporal o permanente de empresas para conseguir metas afines a cada institución o negocio.

**Cadena de Mando.-** Línea continua de autoridad que se extiende desde la cúspide de la organización hasta el nivel más bajo y aclara quien reporta a quién.

**Calidad.-** La totalidad de características de una entidad que le otorgan su aptitud para satisfacer necesidades establecidas e implícitas.

**Cliente Externo.-** Quien compra nuestros servicios o productos, la razón de ser de una empresa.

**Cliente Interno.-** Persona que comparte nuestro tiempo en la oficina.

**Comportamiento del Consumidor.-** Manera típica en la que un individuo llega a las decisiones relativas, a la selección, compra, uso y deseo de bienes y/o servicios.

**Concepto de Mercado.-** La filosofía de negocios según la cual los esfuerzos de una compañía deben ser adaptados a los deseos y necesidades de sus clientes.

**Consultoría.-** “Por proceso de consultoría se entiende cualquier forma de proporcionar ayuda sobre el contenido, proceso o estructura de una tarea o de un conjunto de tareas, en que el consultor no es efectivamente responsable de la ejecución de la tarea misma, sino que ayuda a los que lo son.” (COHEM, 1937)

**Contribuyente.-** “contribuyente es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. (Art. 24 código tributario). De acuerdo a criterios legales los contribuyentes se clasifican en: personas naturales y personas jurídicas. Las personas naturales están clasificadas en: ecuatorianos, inmigrantes y no inmigrantes. Las personas jurídicas están clasificadas en: públicas y privadas.” ( Ley de Regimen Tributario Interno, 2016)

De acuerdo a su aporte económico, la Administración Tributaria para mantener un mejor control y manejo de sus contribuyentes los ha clasificado en Contribuyentes Especiales Y Otros Contribuyentes.

**Creatividad.-** La habilidad de combinar ideas en una forma única a hacer asociaciones inusuales entre las ideas.

**Declaraciones.-** Son formularios (impresos o magnéticos) elaborados por el Servicio de Rentas Internas, para que los contribuyentes liquiden y paguen sus impuestos. Los contribuyentes deben presentar las declaraciones de impuestos correspondientes ya que es un deber formal, conforme lo establece el Art. 96 del Código Tributario.

**Departamentalización.-** La base por la cual los trabajos se agrupan de determinada manera.

**Diseño de la Investigación.-** Plan global que se aplica para implementar un proyecto de investigación de mercados.

**Eficacia.-** El logro de metas, cumplir exitosamente con la tarea.

**Eficiente.-** Cumplir exitosamente con la tarea pero mediante el uso óptimo de los recursos, logrando costos menores. Es la relación entre el resultado eficaz y el insumo requerido para lograrlo.

**Empresa.-** Cualquier colección de organizaciones que tienen un conjunto común de objetivos.

**Entrevista de Profundidad.-** Charla personal no estructurada en la cual se utiliza una prueba exhaustiva, de esta forma el encuestado puede hablar libremente y expresar creencias y/o sentimientos detallados sobre un tema.

**Especificación del Puesto.-** Enuncia las calificaciones mínimas aceptables que un empleado debe poseer para desempeñar con éxito un trabajo determinado.

**Estándares de Calidad.-** Parámetro o modelo que permite medir o evaluar el cumplimiento de un producto, proceso, paso, procedimiento, servicio o actividad.

**Estrategia.-** Acciones precisas y concretas que hay que llevar a cabo en el mediano y largo plazo.

**Formalización.-** El grado en el que los trabajos dentro de la organización están estandarizados.

**Innovación.-** Proceso de poner en práctica las ideas creadas.

**Investigación Concluyente.-** La que proporciona a la empresa información suficiente para tomar una decisión de marketing benéfica tanto a la empresa como al mercado consumidor, evaluando las líneas de acción y seleccionando la mejor de ellas.

**Investigación de Marketing.-** Búsqueda sistemática y objetiva de información que permite procesamiento y análisis, para identificar problemas y oportunidades concernientes a la empresa y a su actividad de marketing.

**Marketing.-** Conjunto de conceptos y técnicas que se aplican para obtener un mejor desarrollo comercial. Es el arte de encontrar desarrollar y aprovechar las oportunidades.

**Meta.-** Son los resultados cualitativos y cuantitativos que la institución se propone alcanzar en un tiempo determinado, que generalmente debe ser mayor a un año.

**Método Científico.-** Sistema que se sigue para llevar a cabo una investigación haciendo énfasis en que haya objetividad y exactitud en el proceso.

**Motivación.-** Término general que denota conducta instigada por necesidades y dirigida hacia metas.

**Muestreo.-** Proceso para seleccionar una cantidad representativa de personas en un universo determinado a fin de desarrollar una investigación de mercados.

**Objetivos.-** Son las conclusiones que se esperan o programan alcanzar en el corto plazo, es decir, en máximo un año. Estos tienen que ser medibles en porcentajes favorables, en el tiempo, o en cifras monetarias.

**Oportunidad.-** Presencia de una situación en la que puede mejorarse el desempeño, emprendiendo nuevas actividades.

**Oportunidad de mercado.-** Un aspecto de la necesidad e interés del comprador en la cual hay alta probabilidad de que una compañía pueda sacar provecho satisfaciendo esa necesidad.

**Organización.-** Conjunto o grupo de personas, que enfocadas en una planificación estratégica, se divierten denodadamente para alcanzar dichos planes, utilizando una serie de medios y recursos.

**Pequeña y Mediana Industria.-** “Art. 5.- Se considera pequeña industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre el manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive la forma, de materia prima o de productos semielaborados, en artículos finales o intermedios, y siempre que su activo fijo excluyéndose terrenos y edificaciones, no sea mayor a TRESCIENTOS CINCUENTA MIL 00/100 DÓLARES (USD\$350.000,00)”

**Percepción.-** Experiencia correspondiente a la advertencia de objetos, cualidades o acontecimientos que estimulan los órganos sensoriales. También se refiere a la experiencia que tiene la persona a cerca del mundo que le rodea.

**Plan.-** Guía que contiene las propuestas de acción que el responsable de tomar las decisiones cree factible ejecutar y busca dar soluciones a los problemas que considera relevantes en su gestión.

**Plan de Negocio.-** Desarrollar una imagen o modelo de cómo será la unidad de negocio. El modelo es un documento conformado por palabras y números, diseñados para dar al lector una imagen de cómo lucirá la organización.

**Planteamiento Estratégico.-** Es la elaboración ordenada, metódica, sistemática y en equipo de la visión, visión, estrategias, metas, objetivos y valores de la entidad. Es plasmar en un solo documento el ABC o el emblema con el que todos los miembros de la institución laborarán. Es planear a corto, mediano y largo plazo en forma táctica, práctica y objetiva, junto con la adopción de las medidas de acción y la asignación de los recursos para alcanzarlos.

**Plaza.-** Lugar en donde se comercializa el producto o servicio.

**Política.-** Es la norma de proceder, una orientación clara hacia donde deben dirigirse todas las actividades, facilitando la toma de decisiones en actividades rutinarias.

**Principio.-** Principio moral, hacer algo por principios, observar escrupulosamente las reglas de conducta que la persona o empresa se ha fijado.

**Procedimiento.-** Es el detalle que muestra secuencialmente la forma en la que varias personas realizan los pasos en un proceso, los procedimientos son los que norman cada parte o paso del proceso.

**Proceso.-** Conjunto de pasos o actividades sucesivas, que encadenadas dan forma a la cadena de valor.

**Promoción.-** Conjunto de actividades que dan impulso a una idea o producto, cuyo objetivo principal es el aumento de las ventas.

**Retención en la fuente.-** Se origina con la finalidad de facilitar, acelerar y asegurar el recaudo del impuesto, la cual deberá practicarse en el momento en que se realice el pago o acreditación en cuenta. La declaración de retenciones en la fuente de impuesto a la renta se presenta mensualmente en el formulario 103 y la declaración de Retenciones en la fuente de IVA se presenta mensualmente en el formulario 104.

**Segmentación del Mercado.-** “Proceso de identificar las diferencias significativas existentes en el consumidor, con el objeto de dividir el mercado en grupos homogéneos, su utilidad está dada por la facilidad de diseñar productos y programas de mercadotecnia que satisfagan las distintas necesidades de los compradores pertenecientes a cada grupo.” (Torres, 2014)

**Sistema de Información.-** Conjunto de elementos y recursos, humanos, de computación, de datos, de información y programas; que interactúan entre sí y que coadyuvan, contribuyen y facilitan la identificación, formulación, seguimiento y consecución de planes, metas, objetivos y actividades de una empresa o negocio.

**S.R.I.-** Servicios de Rentas Internas.

**Staff de Apoyo.-** Equipos de personas encargadas de colaborar, apoyar y coordinar el funcionamiento de toda la organización y que no están inmersos en la rutina de los diferentes procesos o flujos operativos de productos o servicios.

**Riesgo.-** “Posibilidad de ocurrencia de aquella situación que puede entorpecer el normal desarrollo de las funciones de la entidad y le impidan el logro de sus objetivos.” (Urzua, 2011)

**TIC.-** Tecnologías de Información y Comunicaciones.

**Tramo de Control.-** El número de subordinados que un gerente puede dirigir eficiente y eficazmente.

**Valores.-** Es la suma de principios, verdades y creencias de los clientes externos, internos, los proveedores, los accionistas y la comunidad.

**Total bruto.-** Es el valor de la recaudación del total neto, más la recaudación efectuada mediante notas de crédito y compensaciones.

**Total Neto.-** Se relaciona al valor de la recaudación efectiva que ingresa a la cuenta única del tesoro; no incluye la recaudación efectuada a través de notas de crédito y compensaciones.

## **CAPITULO II**

### **2 Marco metodológico.**

En el capítulo a continuación se dará una descripción de las herramientas de investigación empleadas así como los aspectos metodológicos utilizados para dar un enfoque más preciso a al presente trabajo.

#### **2.1 Métodos**

Los métodos constituyen una serie de técnicas que para este propósito serán utilizadas y van encaminadas para recolectar la mayor cantidad de información útil disponible para poder tener un conocimiento más preciso de a qué clase de nuevos desafíos estamos dispuestos a afrontar.

##### **2.1.1 Descriptivo**

La presente investigación empleara métodos descriptivos con la finalidad de clasificar, definir y catalogar el plan de negocios para de este modo conseguir descripciones generales de modo cualitativo que contribuyan con los objetivos del trabajo.

##### **2.1.2 Observación.**

Dentro del presente plan la observación se constituye como una guía de como encaminar el plan de negocios, ya que al evidenciar el comportamiento de organizaciones que se dedican a negocios similares podremos tener una idea de cómo afrontan el día a día el mercado en que se pretende incursionar.

##### **2.1.3 Análisis.**

El análisis se constituye como una de las partes más importantes dentro del presente plan ya que con ella podremos determinar con toda la información receptada al igual que los testimonios recibidos si el plan de negocios a presentarse se encamina en pos de los objetivos trazados en un inicio.

#### **2.1.4 Método analítico**

La investigación realiza un el método analítico porque nos permite comprender las causas y efecto con el objeto de estudio y medir la factibilidad del Plan de negocio para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón.

#### **2.1.5 Método sintético**

Debemos realizar un análisis profundo de la investigación con el método sintético para comprender todo sobre el tema según la tendencia de la investigación es de carácter cualitativo.

#### **2.1.6 Método sintético**

En la investigación utilizamos la investigación cualitativa para realizar un estudio sobre las necesidades de los clientes es decir la demanda de servicios que ellos necesitan esto lo realizaremos por medio de las técnicas de investigación que son las entrevistas, encuestas.

#### **2.1.7 Estudio Transversal**

En la investigación el estudio transversal permite realizar el estudio en el mercado de empresas consultoras que será la población y con una muestra en el número de personas que necesitamos encuestar para poder determinar mejores resultados y mejores estrategias a implementar con el objetivo de estar enfocados en presentar resultados.

### **2.1 Metodología de la Investigación.**

Esta investigación se realizará con métodos científicos de investigación de mercados, empleando para ello la inducción, misma que nos permitirá efectuar una revisión controlada de los hechos, hechos que provendrán de fuentes primarias y secundarias de información. Para la evaluación de la prestación de servicios de consultoría tributaria y uso de sistemas de información se acudirá a información secundaria externa, mientras que para la definición de necesidades de mercado y la manera en la que estas necesidades están siendo satisfechas se obtendrán datos primarios por medio del método empírico de entrevistas.

Es de vital importancia dentro del plan de negocios considerar a la metodología de la investigación ya que esta nos presenta una serie de técnicas y herramientas diseñadas para la correcta manipulación de información que contribuirá posteriormente con objetivo de la investigación y la conclusión del mismo.

Una vez teniendo en claro lo que es la metodología de la investigación se definió que el método más idóneo para la realización del proyecto es el método no experimental.

### **2.2.1 Metodología a emplear**

#### **Métodos / Técnicas**

- **Observación:** Esta actividad permitirá analizar la ubicación de la empresa, cuáles son sus fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas.
- **Entrevista:** Mediante la entrevista a usuarios residentes del sector, conociendo sus gustos, preferencias y expectativas ante la propuesta presentada.
- **Encuesta:** utilizando formularios digitales que arrojen información oportuna y real acerca del proyecto.

### **2.2.2 Instrumentos**

Un formato de encuesta con preguntas, sencillas y de fácil comprensión para que los potenciales clientes en este caso encuestados se sientan libres de responder con total sinceridad.

Presupuestos apegados a la realidad del mercado actual, mediante proformas, testimonios, comunicados e indicadores de factibilidad.

### **2.2.3 Aplicación del instrumento y recogida de datos**

La presente información será recogida y mediante formulario online de la plataforma google forms, la cual ha demostrado ser una herramienta bastante útil al momento de captar información, las entrevistas serán grabadas y analizadas en cambio los presupuestos serán archivados y digitalizados para una mayor constancia de las actividades realizadas.

## **2.2 Técnicas de recolección de datos.**

Las técnicas de recolectar en la investigación nos servirá para recolectar información con la ayuda de la encuesta podemos realizar la tabulación de los datos obtenidos para sacar algunas conclusiones de nuestra investigación.

“Una investigación es científicamente válida al estar sustentada en información verificable, que responda lo que se pretende demostrar con la hipótesis formulada. Para ello, es imprescindible realizar un proceso de recolección de datos en forma planificada y teniendo claros objetivos sobre el nivel y profundidad de la información a recolectar.” (Torres, 2014, p. 5)

Dentro de las técnicas más utilizadas en la recolección de datos tenemos la observación, entrevista, encuesta y análisis documental por ser las más utilizadas. Para el proyecto presente utilizaremos la encuesta y la entrevista ya que estas pueden ayudarnos recolectando gran cantidad de información dentro de medio que se planea incursionar.

### **2.3.1 Técnica de Encuesta.**

“Constituye el término medio entre la observación y la experimentación. En ella se pueden registrar situaciones que pueden ser observadas y en ausencia de poder recrear un experimento se cuestiona a la persona participante sobre ello. Por ello, se dice que la encuesta es un método descriptivo con el que se pueden detectar ideas, necesidades, preferencias, hábitos de uso, etc.” (Torres, 2014, p. 5).

Al ser la técnica más completa dentro de las utilizadas para obtener información la encuesta en el presente plan será la principal herramienta con la que contaremos para recabar datos.

Dentro del esquema general de la encuesta esta nos dice que puede estar conformadas por dos clases de preguntas sean estas abiertas y cerradas. Las preguntas cerradas en el proyecto serán enfocadas en averiguar datos sobre conocimiento general de lo que se está planteando, pues aprovechando la naturaleza misma de lo que son preguntas cerradas estableceremos ahí ya un punto de partida para identificar que apreciación tienen las personas acerca negocio a proponer.

En el caso de las preguntas abiertas se procurara mantener un esquema que vaya acorde a lo que se está intentando averiguar y no se pierda en ningún momento el sentido de hacia dónde está encaminada la encuesta para que la información obtenida nos resulte útil concuerde con lo que nos interesa saber.

#### **2.3.1.1 Diseño de la Encuesta.**

Para proceder con el diseño de la encuesta antes que nada hay plantearnos la siguientes preguntas: ¿Qué información nos interesa obtener?, ¿A quién está dirigida?, ¿Cuál es la mejor manera de realizarla? Anteriormente revisando el concepto al definir un formato este deberá contener tanto preguntas abiertas como cerradas, ser de fácil comprensión sin la utilización de términos técnicos ya que esta ira enfocada a un público joven-adulto en general ya que por sé una propuesta de negocios no discrimina esta condición y para la mejor manera de realizarla deberán analizarse los métodos de ejecución de una encuesta ya que en la época actual existen un sinnúmero de herramientas tanto personales como impersonales sean estas electrónicas, presenciales o mixtas.

#### **2.3.2 Encuesta.**

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio. Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel aunque con la llegada de nuevas

tecnologías es más común distribuirlas utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico, códigos QR o URLs.

Se procede a listar todas las preguntas del cuestionario aplicado a los clientes para de esta manera facilitar el procedimiento de tabulación y obtener información real teniendo como resultado soluciones al problema planteado, luego para el procedimiento y analizar de la información se procede a revisar y analizar las encuestas haciendo las respectivas verificaciones.

### **2.3.3 Población y muestra**

#### **2.3.3.1 Población.**

Dadas las condiciones en donde se estaría planeando asentar el establecimiento 7 barrios que conforman la parroquia de Calderón, el estudio estaría enfocado a una población finita, misma que para propósitos de este plan serían la población demográfica que abarca los 7 barrios que se están haciendo referencia, dando un total de 152.242 habitantes de los cuales únicamente tomaremos como referencia a la Población activa económicamente la cual es de 73480

#### **2.3.1.1 Muestra.**

“El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población.” (Wigodski, 2010)

“El tamaño de la muestra depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo su estudio, pero por regla general se debe usar una muestra tan grande como sea posible de acuerdo a los recursos que haya disponibles. Entre más grande la muestra mayor posibilidad de ser más representativa de la población.” (Wigodski, 2010)

“En la investigación descriptiva se emplean muestras grandes y algunas veces se recomienda seleccionar de un 10 a un 20 por ciento de la población accesible.” (Wigodski, 2010)

En la parroquia Calderón que hemos escogido como referente para determinar nuestra muestra, tomamos en cuenta con población activa económicamente que realiza actividades lícitas de comercio para poder determinar la cantidad de individuos económicos que ayudaran en nuestra investigación según lo indica la figura a continuación.

**Gráfico 1 Población activa económicamente**

| RAMA DE ACTIVIDAD   | CASOS        | %          |
|---|--------------|------------|
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca                | 1483         | 2          |
| Explotación de minas y canteras                             | 287          | 0          |
| Industrias manufactureras                                   | 12702        | 17         |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado | 188          | 0          |
| Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos  | 503          | 1          |
| Construcción  | 4828         | 7          |
| Comercio al por mayor y menor                               | 14616        | 20         |
| Transporte y almacenamiento                                 | 5037         | 7          |
| Actividades de alojamiento y servicio de comidas            | 3406         | 5          |
| Información y comunicación                                  | 1522         | 2          |
| Actividades financieras y de seguros                        | 1085         | 1          |
| Actividades inmobiliarias                                   | 327          | 0          |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas           | 2550         | 3          |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo         | 3571         | 5          |
| Administración pública y defensa                            | 2796         | 4          |
| Enseñanza   | 3208         | 4          |
| Actividades de la atención de la salud humana               | 2043         | 3          |
| Artes, entretenimiento y recreación                         | 610          | 1          |
| Otras actividades de servicios                              | 1778         | 2          |
| Actividades de los hogares como empleadores                 | 4021         | 5          |
| Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales  | 38           | 0          |
| No declarado  | 4174         | 6          |
| Trabajador nuevo  | 2707         | 4          |
| <b>Total</b>  | <b>73480</b> | <b>100</b> |

**Fuente:** Censo INEC, 2010

**Elaboración:** ETP-GADPP

Parroquia Calderón

Se puede identificar que la población activa económicamente que conforma la parroquia de calderón está compuesta por 73.480 pobladores por lo que con este dato podemos aplicar la fórmula para determinar el muestreo para la aplicación de la encuesta.

Con los datos obtenidos se procede a realizar un cálculo aritmético preestablecido para la determinación de la muestra misma que según su simbología ira de esta manera:

n = Tamaño total de la muestra

z = Valor del coeficiente de confianza (95%); z = 1.96

p = Proporción de la ocurrencia del evento (0,5)

q = Proporción de la no ocurrencia del evento (1-p= 1-0,5=0,5)

E = Error maestral es la proporción, restante de z (5%= 0,05)

**Tabla 2 Formula cálculo de la muestra**

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Fuente: (Bernal, 2000, p. 16)

Elaborado: Por: El autor

**$z^2 * p * q$**

Desarrollo de la fórmula para determinar la muestra más de 30.000 participantes:

$$n = \frac{1.962 * 0.50 * 0.50}{0.052}$$

$$n = \frac{0.9604}{0,0025}$$

$$n = 383,16$$

$$n = 383$$

El desarrollo de la muestra nos arroja un número significativo de encuestas a realizar, el mismo que representa un indicador moderado para realizar el ingreso de información, por este motivo mediante la plataforma digital de google forms, se procederá a la

realización de una encuesta que contenga parámetros necesarios para asegurar la ejecución del plan.

#### **2.3.4 Tabulación de la Información**

“La tabulación es el proceso mediante el cual los datos recopilados se organizan y concentran, con base a determinadas ideas o hipótesis, en tablas o cuadros para su tratamiento estadístico.” (Wigodski, 2010)

#### **2.3.5 Ordenamiento**

En la presente investigación será llevada a cabo a través de cuadros necesarios para su presentación que como resultados de la misma sirven de base para la toma de decisiones

#### **2.3.6 Análisis e interpretación de los resultados**

Mediante encuestas anteriormente preparadas, el paso se inicia con la aplicación de las encuestas a la población activa económicamente para obtener información relacionada a las principales necesidades que requieren estos grupos económicos para el normal desarrollo de sus actividades.

El estudio de los resultados los realizamos teniendo como referencia la base del marco teórico, para la presente investigación, será necesario depurar los datos e información para que exista la confiabilidad, describir, analizar los resultados obtenidos para verificarla o rechazarla, estudiar todos los resultados y relacionarlos con el marco teórico.

Los pasos que utilizaremos serán; agrupar y tabular los datos recolectados en el trabajo de campo, el mismo que será representado estadísticamente mediante la utilización de tablas y gráficos.

#### **2.3.7 Análisis Individual de las preguntas de la Encuesta.**

Dentro de esta sección se dará un resumen individual de las preguntas formuladas dentro de la encuesta aplicada a los participantes de acuerdo a la distribución planteada anteriormente.

### Pregunta 1. POSEE ALGÚN TIPO DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA

**Tabla 3**

#### **Pregunta 1**

| 1. POSEE ALGÚN TIPO DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--|----------|------------|
| SI   | 219      | 57%        |
| NO   | 164      | 43%        |
| Total  | 383      | 100%       |

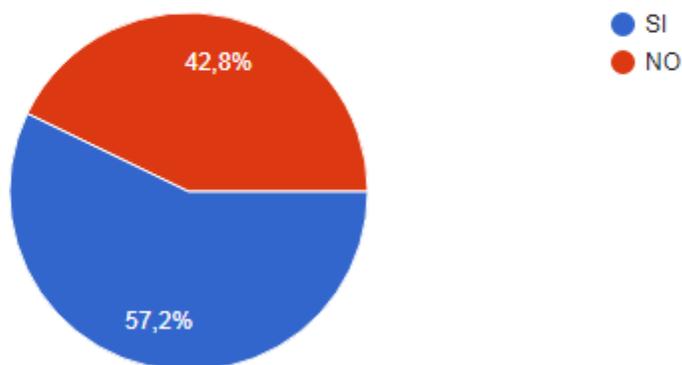
**Elaborado:** Por: El autor

**Gráfico 2**

#### **Pregunta 1**

### 1. POSEE ALGÚN TIPO DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

La mayoría de participantes encuestados se manifiestan que poseen algún negocio en la parroquia lo que significa que es una plaza importante de personas que realizan algún tipo de actividad, principalmente dueños de locales comerciales.

## Pregunta 2 REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD DE COMERCIO

**Tabla 4**

### Pregunta 2

| 2. REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD DE COMERCIO | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|----------|------------|
| SI                                      | 260      | 68%        |
| NO                                      | 123      | 32%        |
| Total                                   | 383      | 100%       |

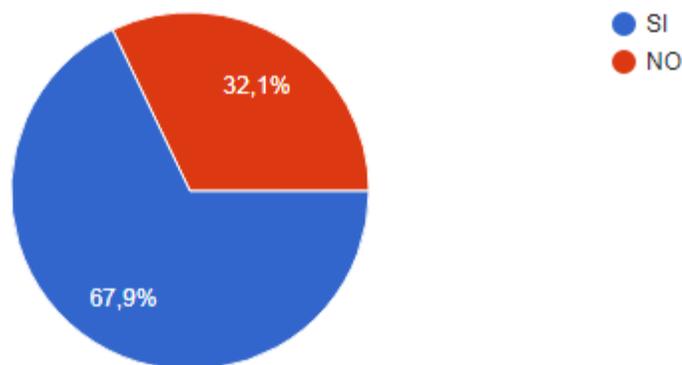
Elaborado por: El autor

**Gráfico 3**

### Pregunta 2

## 2. REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD DE COMERCIO

383 respuestas



Elaborado por: El autor

El 67.9% que corresponde a 260 encuestados indica que realiza alguna actividad de comercio al interior o lejos de la parroquia sean estos prestación de servicios profesionales o comercio lo cual está relacionado a la pregunta anterior que nos indica que hay una plaza importante.

**Pregunta 3** ESTA INTERESADO EN EMPEZAR UN NEGOCIO

**Tabla 5**

**Pregunta 3**

| 3. INTERESADO EN EMPEZAR UN NEGOCIO | ESTA EN UN | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|------------|----------|------------|
| SI                                  |            | 308      | 80%        |
| NO                                  |            | 75       | 20%        |
| Total                               |            | 383      | 100%       |

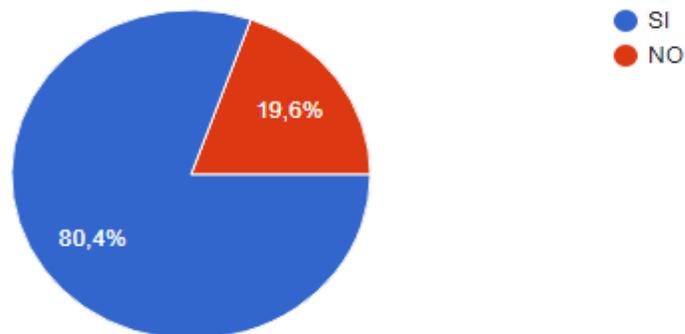
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 4**

**Pregunta 3**

**3. ESTA INTERESADO EN EMPEZAR UN NEGOCIO**

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

El 80,4% de los encuestados manifiestan que está interesado en empezar un negocio para lo cual necesitarían de una asesoría completa dependiendo de la necesidad que ellos requieran enfocados en el giro del negocio que desean implementar.

**Pregunta 4** SU CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS TRIBUTARIOS ES:

**Tabla 6**

**Pregunta 4**

| 4. SU CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS TRIBUTARIOS ES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|----------|------------|
| BUENO   | 50       | 13%        |
| INTERMEDIO                                    | 105      | 46%        |
| MALO  | 228      | 60%        |
| Total   | 383      | 100%       |

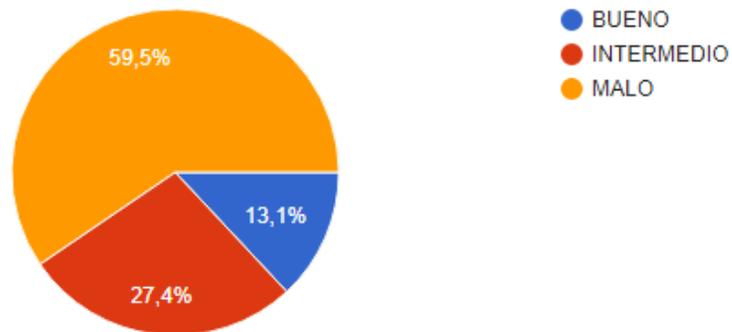
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 5**

**Pregunta 4**

**4. SU CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS TRIBUTARIOS ES**

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

Dentro de personas encuestadas un gran porcentaje posee poco conocimiento sobre los temas tributarios, es decir para el 59.5% y el 27.4% nuestro proyecto será de mucha utilidad.

**Pregunta 5 SU CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS LABORALES ES:**

**Tabla 7**

**Pregunta 5**

| 5. SU CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS LABORALES ES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|----------|------------|
| BUENO                                       | 53       | 14%        |
| INTERMEDIO                                  | 118      | 56%        |
| MALO  | 212      | 55%        |
| Total                                       | 383      | 100%       |

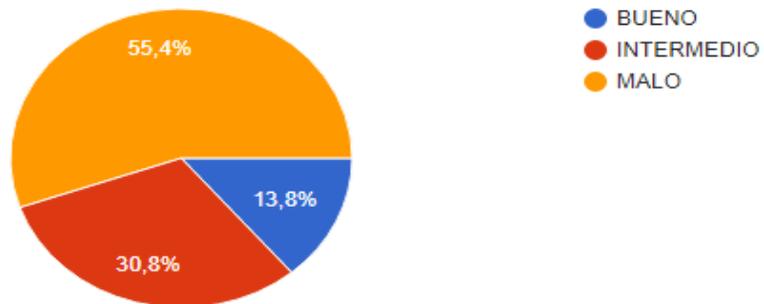
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 6**

**Pregunta 5**

**5. SU CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS LABORALES ES**

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

A los encuestados se les preguntó sobre el tema laboral que sería un complemento para nuestros futuros clientes, y los resultados manifiesta que entre el 55.4% que su conocimiento es malo y el 30.8% intermedio resultaría grato para ellos poder direccionar también este tipo de consultas.

**Pregunta 6** ¿Con que frecuencia acudes a comer a esta clase de restaurantes?

**Tabla 8**

**Pregunta 6**

| 6. ACUDE REGULARMENTE A DEPENDENCIAS DEL SRI | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--|----------|------------|
| SI   | 162      | 42%        |
| NO   | 221      | 58%        |
| Total  | 383      | 100%       |

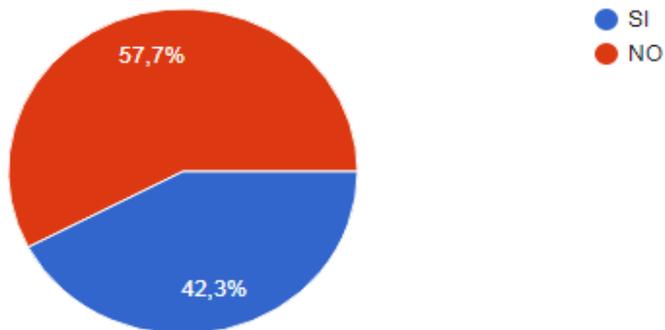
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 7**

**Pregunta 6**

### 6. ACUDE REGULARMENTE A DEPENDENCIAS DEL SRI

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

En su mayoría de participantes de la encuesta el 57.7% no acude regularmente a las dependencias del SRI por temas tributarios mientras que el 42.3% si lo realiza periódicamente.

**Pregunta 7** LE INTERESARÍA LA OPCIÓN DE CONTAR CON UNA EMPRESA EXPERTA A DOMICILIO

**Tabla 9**

**Pregunta 7**

| 7. LE INTERESARÍA LA OPCIÓN DE CONTAR CON UNA EMPRESA EXPERTA A DOMICILIO | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|----------|------------|
| SI  | 338      | 88%        |
| NO  | 45       | 12%        |
| Total   | 383      | 100%       |

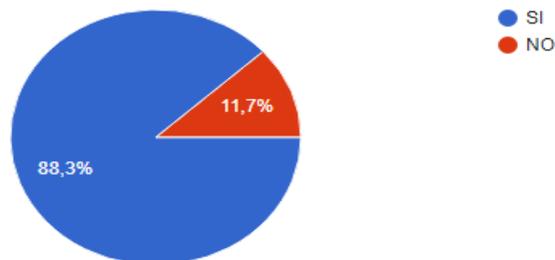
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 8**

**Pregunta 7**

7. LE INTERESARÍA LA OPCIÓN DE CONTAR CON UNA EMPRESA EXPERTA A DOMICILIO

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

A los encuestados se les pregunto sobre el interés de nuestro proyecto y los reditos que les representaría tener una empresa experta en temas tributarios lo cual manifestó un 88.3% de interés lo que demuestra la viabilidad de realizarlo y los futuros clientes que representaría.

## Pregunta 8 ALGÚN CONOCIDO O FAMILIAR POSEE ALGÚN NEGOCIO

**Tabla 10**

**Pregunta 8**

| 8. ALGÚN CONOCIDO O FAMILIAR POSEE ALGÚN NEGOCIO | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--|----------|------------|
| SI   | 289      | 75%        |
| NO   | 94       | 25%        |
| Total  | 383      | 100%       |

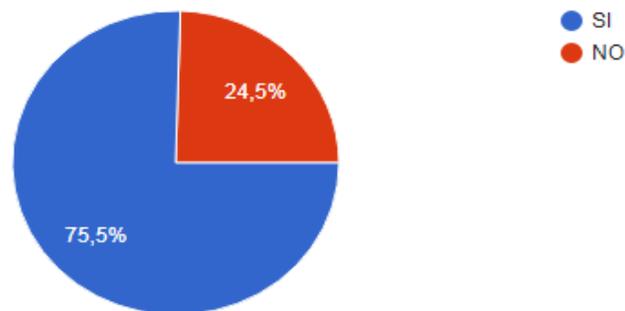
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 9**

**Pregunta 8**

### 8. ALGÚN CONOCIDO O FAMILIAR POSEE ALGÚN NEGOCIO

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

Otra alternativa para la captación de nuevos clientes es mediante referencias que ayuden a hacernos conocer como empresa consultora tributara según los encuestados el 75.5% de encuestados manifiesta que conoce de alguien que tiene un negocio mismos que podrían ser abordados por nuestra propuesta.

**Pregunta 9** HA REALIZADO CONSULTAS TRIBUTARIAS, SOCIETARIAS, O CONTABLES

**Tabla**

**11**

**Pregunta 9**

| 9. HA REALIZADO CONSULTAS TRIBUTARIAS, SOCIETARIAS, O CONTABLES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|----------|------------|
| SI  | 253      | 66%        |
| NO  | 130      | 34%        |
| Total   | 383      | 100%       |

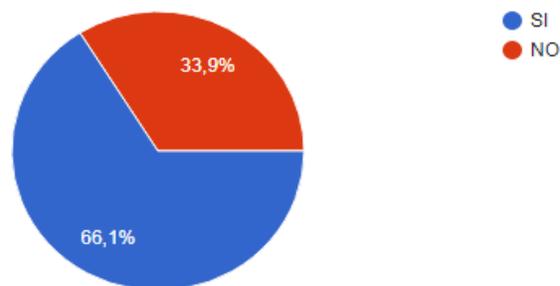
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 10**

**Pregunta 9**

9. HA REALIZADO CONSULTAS TRIBUTARIAS, SOCIETARIAS, O CONTABLES

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

La mayoría de encuestados es decir el 66.1% manifiesta haber realizado algún tipo de consulta sobre temas tributarios, societarios o contables lo cual nos ayuda a tener una idea de nuevos servicios a incluir en nuestro portafolio de servicios con el fin de tener una diferenciación sea esto como complemento de nuestra actividad.

**Pregunta 10** ES DE SU INTERÉS MANTENERSE INFORMADO Y ACTUALIZADO SOBRE LEYES

**Tabla 12**

**Pregunta 10**

| 10. ES DE SU INTERÉS MANTENERSE INFORMADO Y ACTUALIZADO SOBRE LEYES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|----------|------------|
| SI  | 352      | 92%        |
| NO  | 31       | 8%         |
| Total   | 383      | 100%       |

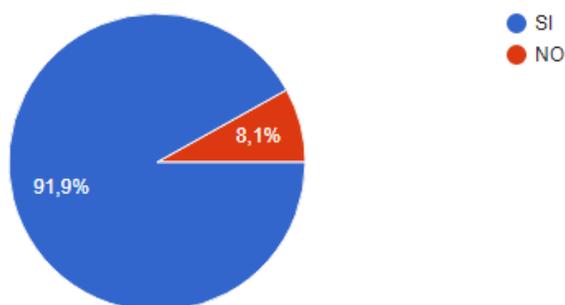
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 11**

**Pregunta 10**

10. ES DE SU INTERÉS MANTENERSE INFORMADO Y ACTUALIZADO SOBRE LEYES

383 respuestas



**Elaborado por:** El autor

A la mayoría de encuestados es decir el 91.9% es de su interés recibir información actualizada sobre temas tributarios sean estos por información relevante a impuestos o comunicación de las obligaciones que ellos deben presentar.

### **2.3.8 Entrevista a Dueños de Locales comerciales y profesionales**

Para tener una idea del panorama de las necesidades de posibles clientes se realizó la entrevista a dueños de negocios mismos que mostraron un gran interés o personas que han tenido un acercamiento hacia el titular del proyecto por temas de asesoría, mismos que fueron quienes motivaron la su realización y quienes también son fundamentales para su ejecución.

#### **¿Ha tenido problemas con sus obligaciones tributarias?**

El sr Marcelo Armas Castro dueño del taller de estructuras metálicas “MAC Estructuras” en el Barrio Mariana de Jesús de la parroquia Calderón manifiesta la preocupación que le genera el tema tributario ya que en ocasiones anteriores ha tenido que cancelar valores adicionales por concepto de obligaciones tributarias no presentadas o presentadas extemporáneamente.

Ante esto acudió a dependencias del SRI a realizar varios trámites entre ellos acuerdo de pagos, declaraciones y asesorías de personal del SRI y fue muy molesto el tiempo que destino para dar solución a estos problemas.

Luego contrato a una persona no residente del sector misma a la que tenía que hacerle llegar los documentos para que le realizara las declaraciones.

El Sr. Cristian Armas dueño del local fotográfico PROIMAGEN manifiesta que para él es un problema ir a las dependencias del SRI para asesoría en tema de declaraciones por lo que acudía regularmente a lugares aledaños a esta institución para que le dieran declarando sus impuestos mensuales, pero que esto le genera una pérdida de tiempo por la distancia a la que se encuentra el SRI más cercano en la Av. Tufiño.

Manifiesta que también tuvo problemas con declaraciones no presentadas al SRI mismo que le notifico por lo que tuvo que asesorarse con una persona quien le ayudo a estar al día en sus obligaciones.

El Sr. Alex Maldonado profesional independiente, manifiesta que para él es un problema tener que preocuparse por este tipo de temas que su tiempo es escaso y le parece un tema tedioso y que por esa razón no había declarado algunos periodos sino hasta que el SRI le notifico y envió una preventiva de clausura. Por lo que le toco pagar un profesional además de multas e intereses.

**¿Es de su interés contar con nuestros servicios profesionales de consultoría tributaria?**

El Sr. Marcelo Armas Castro manifiesta que esto le facilitaría su trabajo teniendo una obligación menos por la que preocuparse y estando seguro del profesionalismo de nuestra propuesta seria por seguro un cliente nuestro admite que ha tenido malas experiencias con personas que le han ayudado en el pasado pero tiene plena confianza en la seriedad de nuestra propuesta que además ayudara a promocionar nuestros servicios a sus clientes y proveedores.

El Sr. Cristian Armas manifiesta que le parece un muy buen proyecto que de seguro le interesaría contar con nuestros servicios le agrada la idea de poder tener una empresa especialista en tema de impuestos que además sean quienes se acerquen a su local a retirar o revisar la información relevante para su declaración de IVA mensual y su declaración de impuesto a la renta.

Está pensando a futuro incrementar servicios a su actividad está haciendo los tramites de financiamiento para la compra de maquinaria y material y le interesa contar con nuestros servicios primero para las actualizaciones y temas relevantes sobre su nuevo proyecto de negocio y a futuro la asesoría que le podamos brindar.

El Sr. Alex Maldonado manifiesta que es de su interés formar parte de la lista de clientes de nuestra empresa, luego de comentarle brevemente nuestro los servicios que ofrecemos nos indica que también conoce colegas que tienen problema tributarios y que de seguro les comentaría esta alternativa.

## **CAPITULO III**

### **3 Propuesta.**

### **3.1 Caracterización de la Propuesta**

La Propuesta del presente estudio es presentar una estructura formal a la idea de la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón con el fin de satisfacer la demanda de clientes que requieren este tipo de servicio luego de haber realizado la investigación previa determinando la viabilidad de realizar este proyecto.

### **3.2 Modelo de negocio**

Esta investigación se realizará con métodos científicos de investigación de mercados, empleando para ello la inducción, misma que nos permitirá efectuar una revisión controlada de los hechos, hechos que provendrán de fuentes primarias y secundarias de información. Para la evaluación de la industria de servicios de consultoría tributaria y el uso de sistemas de información se acudirá a información secundaria externa, mientras que para la definición de necesidades de mercado y la manera en la que estas necesidades están siendo satisfechas se obtendrán datos primarios por medio del método empírico de entrevistas.

### **3.3 Definición del Negocio.**

#### **3.3.1 Misión.**

Ser una organización de jerarquía y excelencia que busca el éxito a través de la calidad de los servicios de asesoramiento integral enfocado garantizar la satisfacción a las necesidades de nuestros clientes.

#### **3.3.2 Visión.**

Llegar a ser un referente y tener posicionamiento en la prestación de servicio de asesoría tributaria e incluir nuevos campos de servicios a prestar con un extenso grupo de

clientes satisfechos y permanentes con enfocados siempre a entregar el más profesional servicio que requieran buscando la excelencia.

### **3.3.3 Valores.**

Guiados siempre por aquellas cualidades que serán transmitidos a sus clientes potenciales, principalmente enfocados en:

- Honestidad
- Confianza
- Orden
- Calidad
- Compromiso
- Profesionalismo
- Respeto
- Responsabilidad
- Ética Profesional

### **3.3.4 Políticas.**

Dedicarnos a la Consultoría Tributaria especializada y estratégica ofreciendo soluciones efectivas y eficientes en la gestión, desarrollo y optimización de los clientes, definiendo estrategias para convertirlas en resultados, implementando cambios tanto en la realización de los procesos como en la actuación de las personas, generando valor en el tejido empresarial y social en el que nos enfocaremos.

Enfocados en brindar la confianza en la asesoría y prestación de servicios con total profesionalismo, proyectar una imagen que nos distinga como una empresa de calidad con valor agregado en el desarrollo de nuestra labor.

Contar con la seriedad, responsabilidad y compromiso de quienes conformamos la empresa comprendido en todos los niveles jerárquicos de la organización para:

- Expresar una inquietud constante para alcanzar metas y obtener resultados, el desarrollo personal y profesional de los clientes y actores en la ejecución de

tareas, en la generación de valor y magnificencia en la generación de valor del desempeño tanto organizacional como personal.

- Avalar utilizando medios apropiados que genera la explicación de las necesidades y de nuestros clientes con el fin de poder ofrecerles una respuesta adecuada buscando su satisfacción total.
- Integrar a la comunicación interna como una herramienta necesaria para garantizar la plena inteligencia emocional de los miembros de la Empresa.
- Ofrecer a los clientes un seguro de integridad, transparencia y honestidad en todas nuestras actuaciones.
- Cumplir con las necesidades especificadas por nuestros clientes, establecidas por el marco legal vigente y que sean necesarios para el óptimo desarrollo de nuestros servicios.
- Capacitación permanente en temas relacionados a potenciar el conocimiento y aplicación de técnicas y tendencias en gestión de calidad y prestación de servicio a todo el personal que labora dentro de la empresa.
- Incentivar la actitud de mejora continua dentro del sistema de gestión de la calidad, orientándola hacia la búsqueda permanente de tendencias y tecnologías vanguardistas.
- Mantener reuniones y revisiones semanales con el personal encargado de supervisión de proyectos o jefes de área para poder compartir novedades y experiencias mantenidas durante la operación del negocio plantear posibles soluciones a problemas de ser el caso que sucedieran.

### **3.3.5 Modelo de empresa**

El modelo de empresa consultora implica que aspectos pueden tomarse en cuenta con la finalidad de atraer la atención de potenciales cliente y atraerlos poner en su conocimiento los servicios que se ofrecen. Al estar ubicado en la parroquia Calderón principalmente se tendrá como futuros clientes a los lugareños propios y aledaños a la parroquia, por ende los Barrios aledaños serian principales clientes a los que se dirigirá la organizacion, para los cuales se ofrecen servicios de calidad, en la cercanía de sus negocios lo cual será atractivo para ellos ya que se les podrá ofrecer esta comodidad, ya que al ser una parroquia que se encuentra en el lado norte de la ciudad y alejada de las

principales entidades controladoras creeríamos que este es uno de los factores preponderantes para los residentes, información recabada a través de la encuesta realizada. Posteriormente se ofrecerá un servicio gentil, garantizado y sobre todo agilidad en los trámites ya que son las principales exigencias de los clientes.

Manejaremos nuestro servicio a través de actividades, mismas que son establecidas por la jerarquía y conocimiento de los miembros del equipo de trabajo mismos que serán completamente capaces de brindar el servicio en el área que nuestro cliente requiera, además de mantener relaciones con personal externo dispuesto a colaborar en caso de que el requerimiento de nuestro cliente sea adicional o diferente a lo ofertado, para lo cual se basaría en el organigrama de la organización y los réditos se reflejarán en el desenvolvimiento de actividades que tendrá a lo largo del funcionamiento de la empresa. Con el propósito de conservar a los clientes se implantarán revisiones de seguimiento a los trabajos realizados constantemente de manera que así los clientes se sientan acompañados a la vez que se atraerá a un número mayor e incrementará la cartera de clientes por parte de las recomendaciones que esperamos obtener.

### **3.3.6 Planeación estratégica**

Sin importar el horizonte de la planeación, es conveniente hacer predicciones, en particular con las variables económicas que pueden ser relevantes para la empresa, la cual puede usar escenarios distintos y planes para cada alternativa generalmente el desempeño del proyecto como un todo, se deberá comparar a lo largo de cinco años.

### **3.3.7 Objetivos Estratégicos.**

Para entregar un buen servicio a los potenciales clientes se debe considerar ciertas prácticas que aseguren una relación con estos a lo largo del tiempo. Estas prácticas son:

- Características del servicio a brindar aprovechará los recursos y capacidades con los que se dotará a la empresa, y cuya definición ha sido obtenida por la planificación y definición de servicio.
- Determinación del factor diferenciador y valor agregado deberán ser percibidas como tal por el cliente, mientras que a pesar de que las características que generan valor a la empresa estas generan calidad del servicio prestado al cliente esta calidad es algo que el consumidor espera del servicio.

- Enunciado del servicio brindar será asesoría tributaria basandose en la aplicación de una metodología de trabajo y cuya ejecución estará delineada por los valores institucionales, siendo el objetivo del servicio no únicamente colaborar con la eficiencia de las operaciones sino también transmitir conocimiento y ofrecer asesoría y herramientas de software que provean de sistemas de información que agiliten los procesos, ofreciendo de esta forma un valor agregado generador de beneficios

### **3.3.8 Estrategias.**

- Los miembros de la gerencia deben reunirse de forma continua y regular
- Las obligaciones con acreedores deben relacionarse con los resultados del negocio y con un nivel de desempeño, más que con volúmenes fijos de trabajo.
- Contratos de prestación de servicio a un año o más.
- Presentación mutua de beneficios y costos.
- Integración en la plantación estratégica del otro.
- Todos los socios deben encontrar las formas para reducir los costos.
- Cada socio o miembro de la empresa debe generar valor agregado en forma real.
- Se impartirá una cláusula de no competencia, para que los trabajadores no puedan trabajar en empresas del rubro de nuestros clientes.
- Elaboración de manuales de procedimientos y procesos mismos que serán difundidos a todos los colaboradores de este modo las actividades que realicen se encuentren normadas y de este modo tratar de reducir al mínimo los posibles errores.
- Desarrollar una página web empresarial amigable y de interacción con el cliente en la que se detallara información relevante a nuestros servicios.

### **3.4 Segmento / Nicho**

La asesoría está centrada en brindar el apoyo requerido a personas o empresas que carezcan de conocimiento de ciertos temas relacionados a la contabilidad, la tributación,

las leyes societarias, las leyes laborales y demás requerimientos que se puedan dar a posterior por parte de los existentes organismos de control o de futuros organismos o las constantes variaciones a las leyes que exigen una mayor atención al giro del negocio de nuestros clientes que evitara a futuro dolores de cabeza. Nuestro servicio está dirigido para todas las personas y sociedades que realicen cualquier tipo de actividad lícita de comercio o de servicio principalmente enfocado al sector de Calderón, sin embargo esto no quiere decir que no podamos asesorar a contribuyentes de otros lugares dentro o fuera del territorio Ecuatoriano.

### **3.5 Servicios y a Ofrecer.**

La empresa contara con profesionales calificados y con conocimiento en varias áreas principalmente en:

- Asesoría Tributaria
- Declaración de IVA mensual
- Declaración de IVA semestral
- Declaración de ATS
- Declaración ISD
- Declaración Patrimonial
- Anexo de Dividendos
- Anexo de RDEP
- Anexo de Gastos Personales
- Anexo de Retenciones en la Fuente de Impuesto a la Renta por Otros Conceptos (REOC)
- Tramites de devolución de Impuesto a la Renta
- Tramites de Devolución de IVA para:
  - Proveedores de exportadores
  - Personas Adultas Mayores
  - Personas con Discapacidad
  - Operadores de Turismo Receptivo
- APS - Anexo de accionistas, partícipes, socios, miembros de directorio y administradores.
- Tramites en el SRI

Adicionalmente mediante convenios con especialistas en otras áreas sean estas externas o complementarias con el fin de captar clientes a los cuales ofrecerles una asesoría completa se manejara temas adicionales con el fin de generar valor agregado a nuestra oferta.

- Manejo de Riesgo Empresarial
- Asesoría Legal
- Asesoría Laboral
- Asesoría en Gestión Administrativa

### **3.6 Precio**

El precio a cobrar variara de acuerdo al servicio, que se va a realizar, para lo cual se efectuar un diagnóstico inicial a la empresa o el cliente para establecer las necesidades a resolver y así determinar con precisión el precio, el contenido y la complejidad del servicio. Es evidente que la empresa debe ofrecer un sistema de fijación de precios flexible para poder captar participación en el mercado.

En consecuencia, y luego de un análisis de los servicios a ofrecer y en base al criterio de satisfacer las necesidades básicas de los clientes, se desarrollara un listado de precios orientativo considerando un valor unitario estimado para cada tipo de servicio, el valor de cada uno de los componentes de portafolio de servicios podrá variar de acuerdo a la complejidad de la necesidad del cliente, por ejemplo el precio de un Outsourcing Contable y de impuestos será mayor si el movimiento de las transacciones del cliente es considerablemente laborioso; así también, el precio de Consultoría Tributaria se verá afectado al momento que se trate de un litigio Tributario para lo cual se establecerá un porcentaje del 10% del monto a recuperar o evitar su pago, dependiendo del resultado final.

### **3.7 Promoción**

La promoción del portafolio de servicio consiste en aplicar esquemas de gestión establecidos y que han generado valor agregado a las empresas que lo han aplicado por ejemplo:

En consecuencia, y luego de un análisis de los servicios a ofrecer y en base al criterio de satisfacer las necesidades básicas de los clientes, se desarrollara un listado de precios, otra alternativa que parecerá atractiva a nuestros clientes será otorgar descuentos en meses puntuales cuando ellos nos refieran a un nuevo cliente se aplicara un descuento especial en el precio establecido.

### **3.8 Gestión de Marketing**

En cuestión de marketing las empresas que se centra en la aplicación práctica de ciertas técnicas de comercialización y la gestión de los recursos y actividades nos va a permitir definir el negocio de la asesoría, enfocado al cliente y tazar el rumbo del negocio en objetivos comerciales y captación de clientes además de a futuro tener un posicionamiento, acompañar el día a día de la ejecución de cada acción y tarea, conocer mejor a los clientes con el fin de satisfacer efectivamente sus necesidades, mejorar el servicio, fidelizarlos y venderles la mejor propuesta, elegir inteligentemente cada acción, soporte comunicacional o digital, analizando el paso previo del desarrollo de soportes y medios, mentalizar al personal sobre el valor de sus roles en el servicio al cliente, para que puedan crear y aplicar políticas y reglas de juego consensuadas con el cliente, trabajar en equipo desde todas las áreas, todos los procesos operativos con el cliente en el centro de los mismos, crear experiencias memorables altamente positivas y satisfactorias en cada segmento de mercado, aumentar las ventas en función de la generación de estímulos de calidad que a lo corto o largo plazo son la mejor publicidad.

#### **3.8.1 Marketing Estratégico**

- Tomar reiterativamente la iniciativa ante cualquier eventualidad, pero hay que considerar que la pro actividad implica como vamos a realizar el trabajo en busca de los mejores resultados y la satisfacción del cliente.
- Adelantarse, se procederá a identificar que es lo que demandan los posibles clientes potenciales, éste es el objetivo fundamental en la empresa, para de esta manera evitar apetencias insatisfechas en nuestros clientes.

- Objetivos: Lograr un eficiente desempeño dentro de la organización hemos planteado los siguientes objetivos:
- Lograr el reconocimiento como la empresa Consultora más representativa en el ámbito.
- Brindar a los habitantes de Calderón una nueva experiencia en servicio, diferente al de las otras empresas consultoras con un gran portafolio de opciones y un excelente servicio.
- Establecer marketing adecuado para atraer clientes e incrementar el nivel de ingresos.
- Fidelizar a los clientes manteniendo niveles de calidad en el servicio se incrementen los ingresos.
- Verificar y medir periódicamente el rendimiento del personal.
- Generar un alto porcentaje de los ingresos para la empresa.
- Brindar servicios eficientes y acordes con las necesidades del cliente.
- Ser un referente de desarrollo social y económico en la parroquia Calderón, siendo generadores de fuentes de empleo.
- Cumplir con las necesidades del cliente ofreciendo servicios de calidad y 100% confiables.

### **3.8.1.1 Planificación**

El éxito de todo negocio se basa principalmente en la planificación, ya que nos ayuda a definir hacia dónde queremos e identificando la meta, de esta manera se logrará minimizar el riesgo que nos lleve al fracaso. Dentro del plan estratégico la empresa Consultora, el área de mercadeo que manejará el marketing, cumplirá un rol muy importante; desde el inicio del año la empresa tendrá planificado todas las actividades que se van a desarrollar día a día, incluyendo todos los medios, publicaciones, radios, trípticos, promociones, servicios en línea (internet), desarrollo de nuestra página web amigable, eventos, propagandas, capacitaciones básicas gratuitas que realizaran. Para nuestra empresa el marketing será de vital importancia, ya que su objetivo principal es brindar satisfacción al cliente, que cumpla con sus exigencias, tanto en calidad, amplia gama de servicios para diferentes gustos y necesidades, tiempos de entregas, ofreciendo servicios que superen las expectativas los clientes, a precios accesibles; nuestro equipo profesionales ofrecerá las mejores tendencias en el mercado, con esta planificación se

busca acaparar en gran porción el mercado que necesite servicios de asesoría en la parroquia Calderón y ser reconocido como el único y mejor en su área.

La planificación del marketing en nuestra empresa establecerá políticas en las que se ofrecerán los servicios con visitas a domicilio, como una nueva e innovadora alternativa de negocio, facilitando la vida de los clientes. La empresa trabajará por exceder las expectativas de los clientes por medio de un portafolio de calidad y servicios personalizados antes, durante y después de la venta, con el fin de impulsar a nuestra empresa a un crecimiento continuo. A través de área de marketing, se planificará principalmente las ventas, mediante un plan en el que se tome muy en cuenta: la calidad, puntualidad y todo lo que tiene que ver con el servicio y las políticas propias de la empresa. Las políticas de captación de cliente de nuestra empresa van a definir la forma en que se va a prestar los servicios ofertados, ya sea al contado o a crédito, se planificará también los plazos, y formas de pago sobre resultado.

### **3.9 Estructura Organizacional.**

#### **3.9.1 Denominación de la empresa**

Debido al titular del proyecto la denominación de la empresa será "JIMENEZ & ASOCIADOS TRIBUTARIOS S.A.

### 3.9.2 Logotipo de la Empresa

**Gráfico 12**  
**Logo**



*Elaborado por: El autor*

### 3.9.3 Organización y formas de trabajo

La empresa establecería una estructura de organización circular, enfocada netamente en su clientela, generando un marketing de relación con los grupos de interés: clientes internos, Accionistas, clientes externos y la comunidad.

Con nueva estructura circular, se pretende en todo momento retener clientes y no únicamente ganarlos la organización es una función fundamental de la administración del trabajo, el objetivo primordial es ayudar a las personas a trabajar juntas y con eficiencia. La organización del trabajo contempla elementos a conocer:

#### 3.9.3.1 El trabajo

Manifiesta el correcto desarrollo y ejecución de las tareas a realizar mismas que deberán estar delineadas con objetivos y metas a cumplir dentro de la institución.

Las tareas previamente definidas sugieren empezar a ser desarrolladas con eficiencia esmero y calidad de acuerdo al nivel o tipo de requerimiento.

### **3.9.3.2 El personal**

Otro de los principales elementos a considerar entre los más importante para la organización de las tareas encomendadas es quien ejecuta y desarrolla las actividades, cada individuo aporta total o parcial sean sus conocimientos o las destrezas aprendidas o enseñanzas para el correcto desarrollo del trabajo.

### **3.9.3.3 El lugar de trabajo**

Nuestro tercer elemento representa el lugar a desarrolla el primer elemento es decir el trabajo y el parte quien lo realiza es decir el personal que pertenece a la organización aquí predominan factores como la ubicación, los materiales, el ambiente, los las adecuaciones y servicios que prestamos para mantener una armonía del trabajo que tambien garantice una mejor ejecución de las tareas encomendadas.

En resumen el colaborador precisa:

- Interpretar con exactitud las peticiones sobre los trabajos encomendados.
- Saber los temas que están vinculados a sus tareas es decir sus aptitudes.
- Conocer todos los niveles jerárquicos dentro de la organización para poder mantener armonía y un ambiente propio del entorno de trabajo donde desarrolla sus actividades diarias.

### **3.9.3.4 Organización de las Actividades**

Al desarrollar correctamente este punto hay que tener en cuenta:

- Saber las metas y objetivos que se poseera.
- Dividir el trabajo en actividades .
- Designar personal especializado.
- Delegar la autoridad necesaria para todos los involucrados.
- Definir claramente las relaciones de trabajo y las responsabilidades que competen a cada una de las personas.

### **3.9.4 Componentes de Organización**

#### **3.9.4.1 Actores Internos**

- Contador: Se designara una persona encargada de organizar, registrar, dirigir, clasificar, controlar para tomar decisiones en materia fiscal, presupuestaria, administrativa, económica y financiera.
- Asesor Comercial: Personal encargado de la captación de nuevos clientes a su vez contribuirá con el mantenimiento de los que ya existen, procura detectar todas las necesidades para satisfacer con sus productos o servicios.
- Área de marketing: Tendrá como responsabilidad el diseño y ejecución del plan de marketing estratégico y operativo, para mantener y mejorar el posicionamiento la empresa Consultora como empresa Consultora y enfocada en la gestión de captación de nuevos clientes.
- Colaboradores: contribuirán con la perfecta ejecución de sus tareas encomendadas nos permite brindar satisfactoria atención al cliente, difundir la imagen de la empresa y la suya propia, obtener información adecuada en el mercado sobre todo apoyar a la publicidad y captación de clientes.
- Clientes: El actor más importante para cualquier empresa es el cliente final, el que está fuera de ella y el que requiere de nuestro portafolio de servicios que la empresa ofrece.

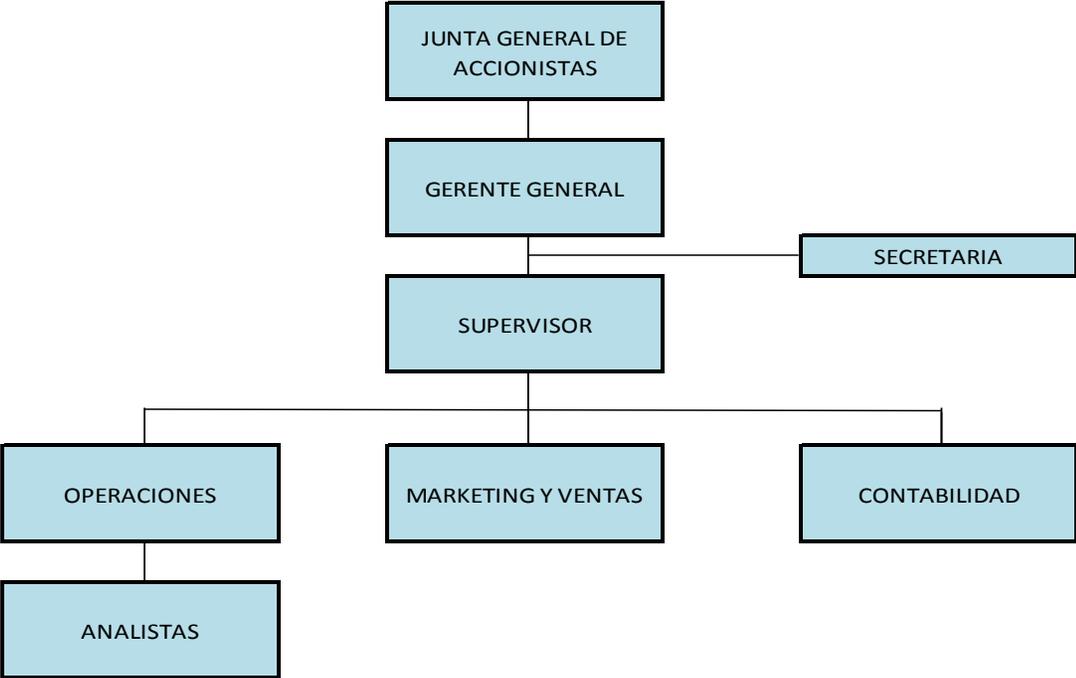
#### **3.9.4.2 Actores Externos**

- Proveedores: Es la parte importante de todo el sistema de valor al cliente de la empresa, influye directamente en los costos, calidad, disponibilidad y entrega.

### **3.9.5 Organigrama Funcional**

Integrando en la estructura de funciones tenemos el organigrama.

**Gráfico 13 Organigrama Funcional**



Elaborado por: **El autor**

### 3.9.6 Funciones por Área

#### ➤ Gerente Propietario

|  |
|--|
|  <p>FECHA: 20/09/2017<br/>ELABORADO POR: HENRY JIMENEZ</p> <p>DESCRIPCION DE PUESTOS</p>  |
| <p><b>PUESTO:</b> GERENCIA GENERAL</p> <p><b>PERFIL REQUERIDO:</b> TITULO DE TERCER NIVEL EN ADMINISTRACION, CONTABILIDAD Y AUDITORIA, FINANZAS</p> <p style="text-align: center;"><b>FUNCIONES GENERALES</b></p>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Definir el ámbito de actuación de la organización.</li><li>• Precisar los objetivos, metas, programas y estrategias que se aplicarán.</li><li>• Definir las pautas para negociar la obtención de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.</li><li>• Promover una interacción coordinada de las áreas de la organización.</li><li>• Ejercer un liderazgo capaz de promover y sostener un sólido desempeño organizacional.</li><li>• Dictar los lineamientos para el desarrollo de sistemas de gestión de la calidad.</li></ul>   |
| <p style="text-align: center;"><b>FUNCIONES ESPECIFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planear y desarrollar los estudios tendientes a la creación, modificación y optimización de procesos, estructuras organizacionales, sistemas y procedimientos.</li><li>• Llevar a cabo las negociaciones y trámites necesarios de acuerdo con la logística de los proyectos.</li><li>• Efectuar estudios de factibilidad técnica y económica.</li><li>• Analizar los contenidos de los proyectos para inferir opciones de solución.</li><li>• Proponer las medidas necesarias para garantizar la continuidad de los trabajos.</li><li>• Registrar y reportar avances de los proyectos.</li><li>• Programar la implementación de proyectos, determinando los requisitos para su puesta en práctica.</li><li>• Coordinar la capacitación del personal que interviene en los proyectos.</li><li>• Apoyar la conversión de la información en conocimiento.</li></ul> |

#### **Gráfico 14 Ficha Gerente General**

Elaborado por: El autor

➤ **Supervisor**

|   |
|---|
|  <p>FECHA: 20/09/2017<br/>ELABORADO POR: HENRY JIMENEZ</p> <p>DESCRIPCION DE PUESTOS</p>   |
| <p><b>PUESTO:</b> SUPERVISOR</p> <p><b>PERFIL REQUERIDO:</b> TITULO DE TERCER NIVEL EN ADMINISTRACION, CONTABILIDAD Y AUDITORIA, FINANZAS</p> <p style="text-align: center;"><b>FUNCIONES GENERALES</b></p>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Distribuir a todo el personal incluyendo a todas las jefaturas que están bajo sus órdenes.</li></ul>  |
| <p style="text-align: center;"><b>FUNCIONES ESPECIFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Coordinar directamente los horarios de salida y entrada de su personal así como de permisos, licencias o vacaciones.</li><li>• Tener un horario de ingreso de tal forma que esté presente en las horas de relevo del personal, así como en las horas de entrada y salida.</li><li>• Organizar y controlar el correcto orden y disciplina de todo el personal de la empresa.</li><li>• Hacer cumplir fehacientemente con las funciones de cada jefatura; de lo contrario informar por escrito a la Gerencia; con copia Gerencia y Administración.</li><li>• Delegar las funciones principales obtener el máximo control de personal cuando la situación lo requiera.</li></ul> <p>Reunir periódicamente (semanal) a todos los jefes de cada área para reorganizar permanentemente el personal.</p> |

**Gráfico 15 Ficha Supervisor**

**Elaborado por:** El autor

➤ **Contador:**

|  |   |
|--|---|
|  <p><b>JIMENEZ &amp;</b><br/>ASOCIADOS TRIBUTARIOS SA<br/>DESCRIPCION DE PUESTOS</p>  | FECHA: 20/09/2017<br>ELABORADO POR: HENRY JIMENEZ |
| <b>PUESTO:</b> CONTADOR  |   |
| <b>PERFIL REQUERIDO:</b> TITULO DE TERCER NIVEL CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA,<br>BACHILLER EN CIENCIAS DE COMERCIO Y ADMINISTRACION CBA  |   |
| <b>FUNCIONES GENERALES</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Mantener al día la contabilidad de la empresa y responsabilidades con los organismos de control</li></ul>  |   |
| <b>FUNCIONES ESPECIFICAS</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaboración y presentación de los Estados Financieros de la compañía, a Gerencia sean Mensuales, Trimestrales, Semestrales o Anuales según se lo requiera.</li><li>• Informar por escrito los avances y dificultades acontecidas a lo largo de su trabajo.</li><li>• Participará directamente en las reuniones de la empresa con la finalidad de aportar en ideas las mejoras continuas para que su labor sea eficaz.</li><li>• Informará por escrito directamente a Sub Gerencia, Administración y Gerencia todos sus requerimientos.</li></ul> |   |

**Gráfico 16 Ficha Contador**

**Elaborado por:** El autor

➤ **Marketing y Ventas**

|   |   |
|---|---|
|  <p><b>JIMENEZ &amp;</b><br/>ASOCIADOS TRIBUTARIOS SA<br/>DESCRIPCION DE PUESTOS</p>   | <p>FECHA: 20/09/2017<br/>ELABORADO POR: HENRY JIMENEZ</p> |
| <p><b>PUESTO:</b> MARKETING Y VENTAS</p> <p><b>PERFIL REQUERIDO:</b> ESTUDIOS SUPERIORES EN ADMINISTRACION, MARKETING, RELACIONES PUBLICAS.</p> <p style="text-align: center;"><b>FUNCIONES GENERALES</b></p> |   |
| <p>Se encargara de desarrollar planes para hacer conocer nuestros servicios.</p>  |   |
| <p style="text-align: center;"><b>FUNCIONES ESPECIFICAS</b></p>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Presentar alternativas de marketing.</li><li>• Presentar propuestas de captación de clientes, y promocionar la imagen de la empresa.</li></ul>                        |   |

**Gráfico 17 Ficha Marketing y Ventas**

**Elaborado por:** El autor

➤ **OPERACIONES Y PERSONAL**

|   |   |
|---|---|
|  <p><b>JIMENEZ &amp;</b><br/>ASOCIADOS TRIBUTARIOS SA<br/>DESCRIPCION DE PUESTOS</p>   | FECHA: 20/09/2017<br>ELABORADO POR: HENRY JIMENEZ |
| <b>PUESTO:</b> ANALISTAS  |   |
| <b>PERFIL REQUERIDO:</b> BACHILLERES EN CIENCIAS DE COMERCIO Y ADMINISTRACION, ESTUDIANTES DE CARRERAS DE ADMINISTRACION, ESTUDIANTES DE CARREA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA   |   |
| <b>FUNCIONES GENERALES</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Mantener clara la visión y misión de servicio que se debe entregar en cada uno de los trabajos realizado.</li></ul>   |   |
| <b>FUNCIONES ESPECIFICAS</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar las labores encomendadas guiados en las políticas internas de la empresa.</li><li>• Ser cordial con el cliente.</li><li>• Respetar las políticas internas de la empresa para el correcto desarrollo del trabajo encomendado</li><li>• Trabajo en equipo.</li><li>• Realizar las tareas encomendadas en los tiempos establecidos.</li></ul> |   |

**Gráfico 18 Ficha Analistas**

**Elaborado por:** El autor

➤ SECRETARÍA

|   |
|---|
|  <p>FECHA: 20/09/2017<br/>ELABORADO POR: HENRY JIMENEZ</p> <p>DESCRIPCION DE PUESTOS</p>                                     |
| <p><b>PUESTO:</b> SECRETARIA</p> <p><b>PERFIL REQUERIDO:</b><br/>BACHILLERES CON EXPERIENCIA Y DESTREZAS EN MECANOGRAFIA,<br/>REDACCION COMERCIAL Y ATENCION AL CLIENTE</p> <p><b>FUNCIONES GENERALES</b></p> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Tendrá la labor exclusiva de apoyar a Gerencia y Sub Gerencia en la elaboración de los documentos que se le solicite.</li></ul>                                       |
| <p><b>FUNCIONES ESPECIFICAS</b></p>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Llevará un control y archivo de toda la documentación de la empresa.</li><li>• Reportará directamente a Gerencia, Subgerencia y Administración.</li></ul>             |

**Gráfico 19 Ficha Secretaria**

Elaborado por: El autor

**3.9.7 Recursos Materiales**

Comprende todos aquellos activos tangibles e intangibles que formarán parte la empresa Consultora.

**3.9.8 Activos tangibles**

Capital: Presupuesto con el que contamos para montar la operación del negocio la empresa Consultora.

Oficina: El lugar físico en donde se adecuará la empresa, ubicado en la parroquia Calderón.

Tecnología: Todos aquellos instrumentos necesarios para un mayor control dentro la empresa Consultora, entre ellos software para el manejo contable.

Vehículo: Necesario para una logística adecuada, de manera que se facilite el transporte de documentación y se llegué al cliente.

### **3.9.9 Recursos Humanos**

En toda organización el cliente interno es uno de los factores más preponderantes, que se debe considerar al momento de tomar decisiones. Momentos de la verdad: Implica el contacto directo del personal con el cliente, la impresión que se genere en el consumidor será factor decisivo al momento de la compra, es así que se plantea la alternativa de capacitar periódicamente a los trabajadores en sus diferentes áreas, de manera que se logre impactar a los clientes y/o clientes y ellos en el corto plazo opten por la recompra; ésta es una pauta importante para fidelizarlos.

### **3.9.10 Marco Legal.**

- Poseer la estructura legal en este caso al ser una Sociedad Anónima la conformaremos por 2 socios.
- Reservar el nombre de la compañía en este caso será Jimenez & Asociados Tributarios S.A.
- Elaborar los estatutos de la empresa mediante una la minuta de constitución.
- Realizar la apertura de la cuenta de integración del capital en Banco Pichincha por el capital mínimo es decir por \$ 800 dólares.
- Presentar la escritura en la notaria para continuando con el trámite de la escritura pública de constitución.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías la escritura para que sea revisada y aprobada en espera de obtener la resolución.
- Deberemos hacer la publicación en un medio de prensa la creación de la empresa, se lo realizara en un periódico.
- Realizar la inscripción y el pago de la patente en el Municipio.

- Realizar la inscripción en las dependencias del Registro de la Propiedad del Cantón Quito.
- Debemos inscribir los nombramientos de administradores de la empresa, luego de haber realizado la Junta de Accionistas.

### **3.9.10.1 Registro Único de Contribuyentes**

RUC 01-A, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, (si la sociedad registra más de 5 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI). RUC 01-B se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz.

Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros la Información General y socios o accionistas de la compañía.

Verificar en la página web de la “Superintendencia de Compañías” los nombramientos de representante legal inscrito en el Registro Mercantil. En el caso de que el nombramiento de representante legal no se encuentre disponible en la página web de la “Superintendencia de Compañías” se solicitará el requisito en original y copia simple.

### **3.9.10.2 Obligaciones Tributarias**

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes en cualquier agencia del Servicio de Rentas Internas.
- Realizar las declaraciones y presentación de anexos mediante el programa DIMM Formularios y Dimm Anexos, lo que se presentaría:
  - Declaración Mensual de Impuesto al valor agregado (IVA) mediante el formulario 104 en el mes siguiente de acuerdo al 9° dígito del RUC.
  - Declaración Mensual de Retenciones en la Fuente mediante el formulario 103 en el mes siguiente de acuerdo al 9° dígito del RUC.
  - Declaración del Impuesto a la Renta mediante el formulario 101 en el mes de Abril del siguiente año de acuerdo al 9° dígito del RUC.

- Declaración y pago del Anticipo del Impuesto a la Renta mediante el formulario 106 en los meses de Julio Y Septiembre de acuerdo al 9° dígito de RUC.
- Presentación de Anexos, estos anexos son parte de la información requerida por el Servicio de Rentas Internas, y estos son:
  - ATS - Anexo Transaccional Simplificado se lo debe realizar y validar mediante la herramienta DIMM anexos en el mes subsiguiente y de acuerdo al 9° dígito del RUC.
  - RDEP - Anexo del Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia es la información relevante a las retenciones realizadas a los empleados que laboraron en la empresa durante el año fiscal.
  - APS – “Anexo de accionistas, partícipes, socios, miembros de directorio y administradores, contiene la información relevante a la administración y los accionistas de la empresa.” ( Ley de Regimen Tributario Interno, 2016)

### **3.9.10.3 Responsabilidades Comerciales**

Para el buen funcionamiento de relaciones comerciales tanto con empleados, clientes, proveedores y terceros, es contar con los siguientes puntos que servirán para llevar un mejor control administrativo y financiero de la empresa:

- Creación de una cuenta bancaria corriente dentro de una institución financiera nacional de prestigio a nombre del propietario del restaurante, dicha cuenta será manejada por su titular que adicionalmente dispondrá de una chequera que facilite la cancelación de adquisiciones de primer orden, así como autorización de transferencias para pagos de nómina y proveedores.
- Adquisición de una tarjeta de crédito corporativa a nombre del propietario la misma que será utilizada en adquisiciones a realizarse en el exterior y casos previa evaluación.

#### **3.9.10.4 Responsabilidad Laboral**

Se deben cumplir con las siguientes obligaciones tanto hacia ellos como a entidades de control.

- Obtención de clave patronal para gestionar avisos de entrada y salida, fondos de reserva, préstamos y demás dentro del portal del IESS.
- Ingreso de contratos de trabajo dentro de la página del ministerio de trabajo, al igual que aviso de incrementos de sueldo, cambio de puesto y memos en caso de darse.

#### **3.9.11 Estudio de Mercado.**

Esta investigación está orientada a obtener información del mercado que permita determinar la oportunidad que existe de brindar un servicio diferenciado, así como las iniciativas de la competencia y ambiente con el que interactúa el servicio de consultoría y asesoría financiero contable.

En el actual estudio se analizaron las diferentes variables externas que tienen una fuerte influencia dentro del sector de la consultoría, dentro de este estudio pudo determinarse la demanda existente dentro de la parroquia Calderón.

La fuente de información primaria fueron las encuestas realizadas a la muestra de la población activa económicamente de la parroquia Calderón, para medir la necesidad de contar con el proyecto elaborado plan de negocios para la creación de una empresa consultora tributaria.

Otra fuente de información secundaria fue tomar como referencia el acercamiento de ciertos clientes ante nuestra propuesta personas que realizan actos de comercio o que actualmente cuentan con la asesoría independiente del titular de este proyecto a quien acuden regularmente y que se incrementa significativamente al punto de destinar gran parte de su tiempo libre para satisfacer estas necesidades y que esto ayudo a tomar la decisión de plasmar la idea de realizarlo a nivel de empresa para así llegar a muchos más clientes.

### 3.9.11.1 Análisis de la Demanda.

En el análisis de la demanda de la población activa económicamente de la parroquia Calderón podemos sacar varias e importantes conclusiones entre ellas la viabilidad de este proyecto, y la importancia de plasmarlo en resultados teniendo en cuenta la gran plaza de futuros clientes con la que se cuenta únicamente se debe pulir las estrategias para lograr su correcta ejecución.

En la actualidad hay personas que buscan este tipo de alternativas de contar con personas expertas que les facilite realizar a tiempo y correctamente sus declaraciones y demás obligaciones de carácter tributarias, además después de plantear y delimitar planes de acción y ejecución del proyecto inmediatamente debemos realizar el acercamiento hacia estos futuros nuevos clientes haciéndoles conocer nuestra propuesta.

**Tabla 8**

#### **Pregunta 7**

| 7. LE INTERESARÍA LA OPCIÓN DE CONTAR CON UNA EMPRESA EXPERTA A DOMICILIO | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---|----------|------------|
| SI  | 338      | 88%        |
| NO  | 45       | 12%        |
| Total   | 383      | 100%       |

**Elaborado por:** El autor

### 3.9.11.1.1 Proyección de la Demanda.

Planificar el un perfecto plan de captación de nuevos clientes, plantear nuevos objetivos de llegar a más personas interesadas en contar con nuestros servicio, ofrecer charlas, cursos a nuestros clientes sobre otros temas de liderazgo, gestión, valores agregados para que nuestros propios clientes sean quienes nos guíen a nuevos clientes.

**Tabla 2**

### **Pregunta 1**

| <b>1. POSEE ALGÚN TIPO DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|---|-----------------|-------------------|
| SI  | 219             | 57%               |
| NO  | 164             | 43%               |
| Total   | 383             | 100%              |

**Elaborado:** Por: El autor

La mayoría de participantes encuestados se manifiestan que poseen algún negocio en la parroquia lo que significa que es una plaza importante de personas que realizan algún tipo de actividad, principalmente dueños de locales comerciales.

### **Pregunta 2 REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD DE COMERCIO**

#### **Tabla 3**

### **Pregunta 2**

| <b>2. REALIZA ALGUNA ACTIVIDAD DE COMERCIO</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--|-----------------|-------------------|
| SI   | 260             | 68%               |
| NO   | 123             | 32%               |
| Total  | 383             | 100%              |

**Elaborado por:** El autor

El 67.9% que corresponde a 260 encuestados indica que realiza alguna actividad de comercio dentro o fuera de la parroquia sean estos prestación de servicios profesionales o comercio lo cual está relacionado a la pregunta anterior que nos indica que hay una plaza importante.

### **Pregunta 3 ESTA INTERESADO EN EMPEZAR UN NEGOCIO**

#### **Tabla 4**

### **Pregunta 3**

| <b>3. INTERESADO EMPEZAR NEGOCIO</b> | <b>ESTA EN UN</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--------------------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| SI                                   |                   | 308             | 80%               |
| NO                                   |                   | 75              | 20%               |
| Total                                |                   | 383             | 100%              |

**Elaborado por:** El autor

La mayoría de encuestados que representan el 80.4% manifiesta que está interesado en empezar un negocio para lo cual necesitarían de una asesoría completa dependiendo de la necesidad que ellos requieran enfocados en el giro del negocio que desean implementar.

#### **3.9.11.2 Demanda Insatisfecha.**

Un panorama muy claro es la cantidad de personas económicamente activas que no cuentan con un asesor tributario muy necesario hoy en día o no están satisfechas con el servicio que tienen actualmente que motivaría e impulsaría el crecimiento de nuestra compañía teniendo en cuenta principalmente el interés que estas demostraron al momento de la encuesta.

**Tabla 13**

#### ***Demanda Insatisfecha***

| <b>7. LE INTERESARÍA LA OPCIÓN DE CONTAR CON UNA EMPRESA EXPERTA A DOMICILIO</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--|-----------------|-------------------|
| SI   | 338             | 88%               |
| NO   | 45              | 12%               |
| Total  | 383             | 100%              |

**Elaborado por:** El autor

### 3.9.11.3 Análisis de la demanda insatisfecha

En nuestro caso el análisis efectuado en el proyecto Plan de negocios para la creación de una empresa consultora tributaria en la parroquia Calderón aparte de proyectar la información previamente recopilada en la cual determinamos la factibilidad de implementar de este plan gracias a los resultados positivos obtenidos en las encuestas donde claramente se observa que el 88% muestra interés en nuestro proyecto entonces lo representamos en nuestra muestra de población Económicamente Activa así:

**Tabla 14**

#### **Análisis de la demanda insatisfecha**

| POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA | X | % DE ENCUESTADOS INTERESADOS EN NUESTRO PROYECTO | = | DEMANDA INSATISFECHA |
|---------------------------------|---|--|---|----------------------|
| 73480                           |   | 88%  |   | 64662.4              |

**Elaborado por:** El autor

Podemos decir que la población económicamente activa que realiza actividades lícitas de comercio dentro de la parroquia hay una población de 64662 posibles clientes que representan la demanda insatisfecha, según mi propio análisis de los principales comentarios por parte de los encuestados es que la oferta que reciben principalmente por parte de personas con conocimiento en impuestos, bachilleres, egresados en carreras como Contabilidad y Auditoría personas que actualmente prestan sus servicios profesionales en relación de dependencia en otras empresas de diversos tipos y en diferentes puestos son aquellas que destinan el tiempo libre para realizar este tipo de trabajos lo cual en mi opinión propia y experiencia a veces se dificulta por varios motivos entre ellos la carga de trabajo propio del puesto, la localización de los clientes, el escaso tiempo, etc. Esto dificulta realizar un buen trabajo por eso la necesidad de ejecutar nuestro proyecto como una empresa especializada.

#### **3.9.11.4 Análisis de la Oferta.**

Pese a realizar una investigación de campo pretendiendo determinar claramente la competencia determinamos que dentro de la parroquia no hay una empresa consultora tributaria, nuestra competencia radica en profesionales que prestan sus servicios independientemente, algunos como su actividad principal y en otros casos como una actividad complementaria.

#### **3.9.12 Estudio Técnico**

##### **3.9.12.1 Ubicación.**

Enfocados en presentar una propuesta muy atractiva se debe tomar en cuenta la ubicación de nuestras oficinas sean muy céntricas y de fácil ubicación por ende se tiene planificado el alquiler en la dirección en la Calle 9 de Agosto N2-68 y Pasaje B 3° Piso.

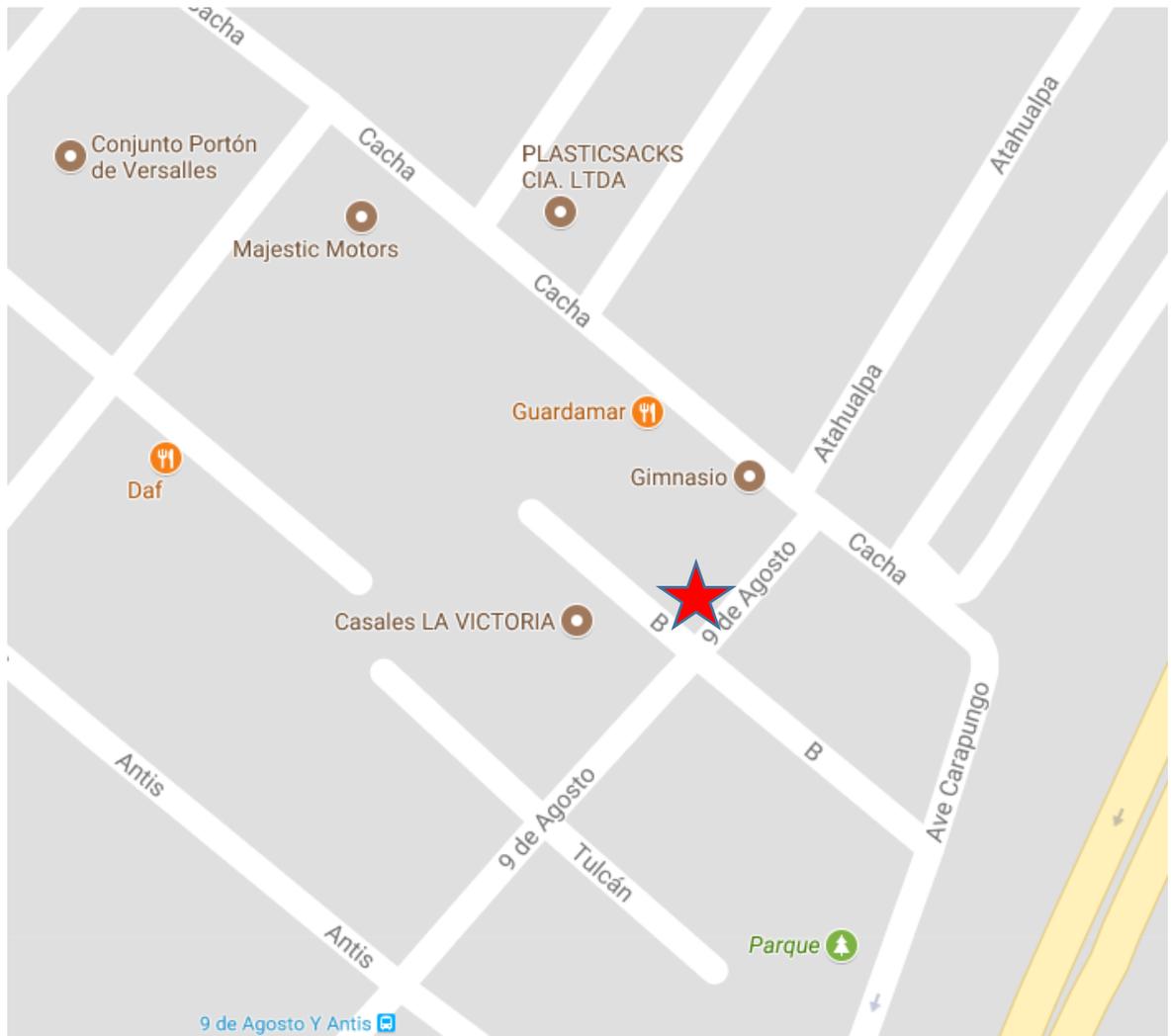
**Gráfico 20 Edificio**



**Elaborado por:** El autor

## Gráfico 21

### Ubicación Geográfica



Fuente: <https://www.google.com/maps/@-0.0965009,-78.4198951,18.2z?hl=es>

Elaborado por: El autor

### 3.9.13 Estudio Financiero.

#### 3.9.13.1 Mobiliario.

Para el desarrollo de nuestra actividad y la de nuestros colaboradores realizaremos las adquisiciones de mobiliario de la siguiente descripción y detalle:

**Tabla 15**

**Listado de Muebles y enseres, Equipo de computación e instalaciones y adecuaciones.**

| CANTIDAD | DESCRIPCION  | V.UNITARIO      | V.TOTAL         |
|----------|--|-----------------|-----------------|
| 5        | Estaciones de trabajo en L con modulares separadores | 250.00          | 1,250.00        |
| 5        | Silla Giratoria de Oficinas                          | 30.00           | 150.00          |
| 5        | Archivadores aéreos                                  | 60.00           | 300.00          |
| 1        | Juego de Muebles sala de espera                      | 687.50          | 687.50          |
| 5        | computador de escritorio                             | 293.75          | 1,468.75        |
| 3        | Teléfonos  | 35.00           | 105.00          |
| 1        | Impresora, scanner y copiadora color B/N             | 180.00          | 180.00          |
| 1        | Instalación de Redes de comunicación e internet      | 350.00          | 350.00          |
| 5        | Kit de suministros de Oficina                        | 15.00           | 75.00           |
|          |  |                 |                 |
|          |  | <b>Subtotal</b> | <b>4,566.25</b> |
|          |  | <b>12% IVA</b>  | <b>547.95</b>   |
|          |  | <b>Total</b>    | <b>5,114.20</b> |

**Elaborado por:** El autor

Adicional a estos gastos para poner en marcha el proyecto debemos destinar fondos para cubrir la garantía de arriendo del lugar donde se implementara este plan de negocios el valor de \$ 500.00

### 3.9.13.2 Resumen de Inversión

Para poder ejecutar el proyecto el capital con el que se cuenta proviene de fondos propios provenientes de ahorros por el monto de 8000 de los cuales se destinara de la siguiente manera:

**Tabla 16**

#### **Resumen de Inversión**

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| CAPITAL PROPIO                     | 8,000.00   |
| GASTO INSTALACIONES Y ADECUACIONES | (5,114.20) |
| DESEMBOLSO GARANTIA ARRIENDO       | (500.00)   |
| SALDO DE CAPITAL                   | 2,385.80   |

**Elaborado por:** El autor

### 3.9.13.3 Gastos Operativos

Gastos mensuales que se generan por la operación normal del negocio y son necesarios para realizar las operaciones diarias de la empresa.

**Tabla 17**

#### **Gastos Operativos**

| CONCEPTO             | VALOR MENSUAL |
|----------------------|---------------|
| ARRIENDO MENSUAL     | 500.00        |
| CONSUMO ELECTRICO    | 50.00         |
| CONSUMO TELEFONICO   | 50.00         |
| CONSUMO INTERNET     | 50.00         |
| CONSUMO AGUA POTABLE | 20.00         |
| TOTAL                | 670.00        |

**Elaborado por:** El autor

### 3.9.13.4 Gastos Administrativos

Gastos mensuales que genera el giro del negocio por su normal ejecución comprenden sueldos del personal principalmente y demás beneficios o cargos de carácter administrativo.

**Tabla 18**

#### **Gastos Administrativos**

| DETALLE           | CANTIDAD | V.UNITARIO | TOTAL    |
|-------------------|----------|------------|----------|
| Sueldo Gerente    | 1.00     | 800.00     | 800.00   |
| Sueldo Supervisor | 1.00     | 500.00     | 500.00   |
| Sueldo Analista 1 | 1.00     | 375.00     | 375.00   |
| Sueldo Analista 2 | 1.00     | 375.00     | 375.00   |
| Sueldo Secretaria | 1.00     | 375.00     | 375.00   |
| Total             |          |            | 2,425.00 |

**Elaborado por:** El autor

### 3.9.13.5 Ingresos Operacionales

Para determinar los ingresos operacionales por prestación de servicio de consultoría tributaria principalmente, vamos a tener en cuenta el traspaso de clientes cuyo servicio lo prestaba el titular del proyecto a partir de la puesta en marcha ingresaran como nuevos clientes de la empresa consultora, La segunda fuente de ingresos operacionales por servicios de consultoría serán los nuevos clientes que demandan nuestros servicios se espera llegar a incrementar la facturación en \$ 1000 mensuales

**Tabla 19****Detalle de clientes e ingresos proyectados**

| RUC           | CLIENTE                                   | HONORARIOS |           |        |
|---------------|---|------------|-----------|--------|
|               |   | MENSUAL    | SEMESTRAL | EXTRA  |
| 1792022614001 | TROPICALFOODS S.A.                        | 1,000.00   |           |        |
| 1102072848001 | EGUIGUREN RIOFRIO FELIX<br>SANTIAGO       |            | 400.00    | 100.00 |
| 1705894242001 | JERVIS SOLINES BEATRIZ MARIELA            |            | 200.00    | 50.00  |
| 1792380650001 | EGUIRSA SA                                | 400.00     |           |        |
| 1102071758001 | EGUIGUREN RIOFRIO RAMON DARIO             | 150.00     |           |        |
| 1790770567001 | INTECA S.A.                               | 400.00     |           |        |
| 1711806891001 | MICHILENA MALLA LUIS ALFREDO              | 25.00      |           |        |
| 1700008863001 | STACEY CHIRIBOGA MARIA<br>PATRICIA BELISA | 200.00     |           | 100.00 |
| 1715815872001 | ARMAS MALDONADO CRISTIAN<br>ALCIDES       | 50.00      |           |        |
| 1001541075001 | ARMAS CASTRO JOHNY MARCELO                | 350.00     |           | 100.00 |
| 1707953178001 | ARIAS STACEY MARIA DOLORES                |            | 100.00    | 50.00  |
| 1715908388001 | MALDONADO GODOY ALEX JESUS                |            | 100.00    | -      |
| 1708026701001 | HIDALGO CEVALLOS LEONARDO<br>ENRIQUE      |            | 100.00    | 50.00  |
| 1705670402001 | TERAN VELA JUAN CARLOS                    |            | 300.00    | 50.00  |
| *             | PROYECCION INCREMENTO DE<br>CLIENTES      | 1,000.00   | 500.00    | 500.00 |

|                                |           |           |          |
|--------------------------------|-----------|-----------|----------|
| INGRESOS MENSUALES             | 3,575.00  | 1,700.00  | 1,000.00 |
| INGRESOS ANUALES               | 42,900.00 | 3,400.00  | 2,000.00 |
|                                | A         | B         | C        |
| TOTAL INGRESOS ANUALES (A,B,C) |           | 48,300.00 |          |

**Elaborado por:** El autor

### 3.9.13.1 Estado de Resultados Integrales Proyectado.

El estado de resultados nos brinda la oportunidad de analizar la rentabilidad que esperamos obtener y por ende la viabilidad del proyecto, se lo proyectara a 5 años y se tendrá en cuenta un incremento general del 5% en relación al año anterior como se muestra a continuación.

**Tabla 20 Estado de Resultados Integrales Proyectado**

| ESTADO DE RESULTADOS            | AÑOS             |                  |                  |                  |                  |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                                 | 1                | 2                | 3                | 4                | 5                |
| <b>INGRESOS OPERACIONALES</b>   |                  |                  |                  |                  |                  |
| Ingresos por Consultoría        | 48,300.00        | 50,715.00        | 53,250.75        | 55,913.29        | 58,708.95        |
| <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b> | <b>48,300.00</b> | <b>50,715.00</b> | <b>53,250.75</b> | <b>55,913.29</b> | <b>58,708.95</b> |
| <b>GASTOS</b>                   |                  |                  |                  |                  |                  |
| Sueldos Personal Administrativo | 29,100.00        | 30,555.00        | 32,082.75        | 33,686.89        | 35,371.23        |
| Beneficios Sociales             | 4,300.00         | 4,515.00         | 4,740.75         | 4,977.79         | 5,226.68         |
| Gasto Aporte Patronal IESS      | 3,244.65         | 3,406.88         | 3,577.23         | 3,756.09         | 3,943.89         |
| Gasto Arriendo Oficina          | 6,000.00         | 6,300.00         | 6,615.00         | 6,945.75         | 7,293.04         |
| Gasto Consumo Eléctrico         | 600.00           | 630.00           | 661.50           | 694.58           | 729.30           |
| Gasto Consumo telefónico        | 600.00           | 630.00           | 661.50           | 694.58           | 729.30           |
| Gasto Consumo Internet          | 600.00           | 630.00           | 661.50           | 694.58           | 729.30           |
| Gasto Consumo Agua              | 240.00           | 252.00           | 264.60           | 277.83           | 291.72           |
| Gastos Varios                   | 350.00           | 367.50           | 385.88           | 405.17           | 425.43           |
| <b>Total Gastos</b>             | <b>45,034.65</b> | <b>47,286.38</b> | <b>49,650.70</b> | <b>52,133.24</b> | <b>54,739.90</b> |
| <b>Utilidad en ventas</b>       | <b>3,265.35</b>  | <b>3,428.62</b>  | <b>3,600.05</b>  | <b>3,780.05</b>  | <b>3,969.05</b>  |
| 15% Partic. Trabajadores        | 489.80           | 514.29           | 540.01           | 567.01           | 595.36           |

|                                |                 |                 |                 |                 |                 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Base Imponible IR              | 2,775.55        | 2,914.32        | 3,060.04        | 3,213.04        | 3,373.70        |
| 22% Imp. a la Renta            | 610.62          | 641.15          | 673.21          | 706.87          | 742.21          |
| <b>Utilidad a Distribuirse</b> | <b>2,164.93</b> | <b>2,273.17</b> | <b>2,386.83</b> | <b>2,506.17</b> | <b>2,631.48</b> |

**Elaborado por:** El autor

### 3.9.13.2 Flujo de Caja

Analizar el la situación financiera de la empresa mediante la presentación del Flujo de Caja nos ayuda a tener más claro el aspecto financiero lo que nos ayudara para tomar decisiones sobre futuras inversiones que ayuden al crecimiento de la empresa mediante adquisición de activos o inversiones que generen valor agregado.

**Tabla 21 Flujo de Caja**

| <b>FLUJO DE CAJA</b>           |                 |                  |                  |                  |                  |                  |
|--------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Ingresos operacionales</b>  | <b>Inicial</b>  | <b>1</b>         | <b>2</b>         | <b>3</b>         | <b>4</b>         | <b>5</b>         |
| Capital propio                 | 8,000.00        |                  |                  |                  |                  |                  |
| Ventas                         |                 | 48,300.00        | 50,715.00        | 53,250.75        | 55,913.29        | 58,708.95        |
| <b>Total Ingresos</b>          |                 | <b>48,300.00</b> | <b>50,715.00</b> | <b>53,250.75</b> | <b>55,913.29</b> | <b>58,708.95</b> |
| Presupuesto de inversión       | (5,614.20)      |                  |                  |                  |                  |                  |
| Gastos                         |                 | 45,034.65        | 47,286.38        | 49,650.70        | 52,133.24        | 54,739.90        |
| 15% participación trabajadores |                 | 489.80           | 514.29           | 540.01           | 567.01           | 595.36           |
| 22% Imp. a la Renta            |                 | 610.62           | 641.15           | 673.21           | 706.87           | 742.21           |
| <b>Total egresos</b>           |                 | <b>46,135.07</b> | <b>48,441.83</b> | <b>50,863.92</b> | <b>53,407.11</b> | <b>56,077.47</b> |
| <b>FLUJO NETO</b>              | <b>2,385.80</b> | <b>4,550.73</b>  | <b>6,823.90</b>  | <b>9,210.73</b>  | <b>11,716.91</b> | <b>14,348.39</b> |

**Elaborado por:** El autor

## **4 Conclusiones y Recomendaciones.**

### **4.1 Conclusiones.**

Los objetivos planteados para este trabajo de tesis han sido alcanzados validando la factibilidad de crear una empresa consultora que brinde asesoría tributaria tal como se lo demuestra mediante las siguientes conclusiones.

El objetivo general planteado “Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa consultora enfocada a brindar a futuro otros servicios complementarios de consultorías como servicios en asesoría financiera contable, alianzas estratégicas con firmas de abogados para temas legales, y demás asesores externos que complementaria a futuro la idea de ser una empresa completa en servicios de consultoría.

De los objetivos específicos planteados se concluye que:

- El complementar el servicio con tecnología en sistemas de información genera una ventaja competitiva que los servicios de asesoría tributaria través de canales de información y uso de tecnología ayudan a satisfacer necesidades y dar soluciones integrales más eficientes.
- La evaluación objetiva del macro ambiente en el que se desenvuelve el negocio ha permitido realizar un planteamiento estratégico orientado a maximizar recursos.
- Las oportunidades que presenta el entorno, oportunidades como: pocas empresas consultoras que son competencia directa, desorganización de los competidores que atienden al sector constituido por las personas naturales, crecimiento en la conciencia por parte del cliente de la importancia que tiene la información y mayores expectativas de calidad en el servicio que se recibe constituyen un escenario favorable para entrar a competir en el mercado ofreciendo un servicio de calidad, servicio desde su concepción ha seguido procesos metodológicos que validen y configuren su estrategia.
- La evaluación y selección de alternativas en gestión y operación de entre las prácticas comúnmente aplicadas en empresas consultoras ha permitido realizar un planteamiento estratégico que si bien no garantiza el éxito en la ejecución de las estrategias, minimizará el riesgo.

## 4.2 Recomendaciones

Al ser este un proyecto en el que se plantea la formación de una empresa y al no haberse iniciado aún sus actividades de tal manera que se tengan indicios en base a los cuales emitir recomendaciones que aprovechen potenciales oportunidades de mejora, a continuación se procede a realizar recomendaciones sobre el cómo ejecutar el proceso de creación de un plan de negocios, recomendaciones que en base a la experiencia y beneficios obtenidos con la elaboración de este trabajo pueden servir de ayuda a quien desee respaldar la factibilidad de incurrir en determinado emprendimiento.

- Antes de realizar los planteamientos, estratégicos operativos y de gestión se deberá buscar estándares o documentación que sugiera las mejores prácticas realizadas por empresas de negocios similares. Esto con el objetivo de que las actividades a realizar sean eficientes y se alineen a prácticas probadas en la industria o negocio.
- Para la elaboración del planteamiento estratégico y la operación de la se recomienda seguir procesos sistemáticos que permitan mostrar la evaluación y selección de entre diferentes alternativas estratégicas y de operación. Esto dará seguridad y validará que los planteamientos seleccionados son los mejores.
- La descripción de los procesos o actividades a realizar en cada una de las etapas del ciclo del servicio, desde el mercadeo hasta la entrega del servicio y mantenimiento del cliente, a más de ayudar a transmitir las actividades que se realizarán para brindar el servicio, ayudan a determinar los recursos y competencias necesarias para ejecutar eficientemente dichas actividades. Adicionalmente el conocer los recursos que se necesitan ayudará en la realización del análisis financiero ya que existe menos probabilidad de pasar por alto un recurso de alto impacto en la economía del negocio planteado.

## Bibliografía

- www.eltelegrafo.com.ec*. (01 de Diciembre de 2013). Recuperado el 25 de Julio de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/estructura-legal-primer-requisito-para-crear-una-empresa>
- Bonilla, C. (1998). Cofie en los Expertos. *MUNDO EJECUTIVO*.
- COHEM, W. (1937). *Como ser un consultor exitoso*. Bogota: Grupo editorial Norma.
- Kubr, M. (2009). *La consultoria de empresas: Guia de la profesion*. Mexico, Limusa.
- Longenecker J. (1978). *Management succession in the family business*.
- Luna, Y. N. (Abril de 2012). <http://www.dspace.uce.edu.ec>. Recuperado el 02 de 07 de 2017, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1325/1/T-UCE-0003-65.pdf>
- Ouchi, W. (1986). Teoria Z. En W. Ouchi, *Como pueden las empresas hacer frente al desafío japonés* (pág. 93). Addison.
- Ouchi, W. (1986). Teoria Z, Como pueden las empresas hacer frente al desafío japonés. En W. Ouchi, *Teoria Z, Como pueden las empresas hacer frente al desafío japonés* (pág. 93). Addison.
- Sahlman, W. (1997). *How to write a great business plan, en Harvard Business Review*. USA.
- SOLÓRZANO. (2004).
- Torres, M. P. (16 de Febrero de 2014). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Rev. Electrónica Ingeniería Boletín*, 52.
- Urzua, D. (01 de 02 de 2011). *Administracion y Consultoria*. Recuperado el 20 de 07 de 2017, de <https://administracionyconsultoria.blogspot.com/2011/02/que-es-la-consultoria.html>
- Wigodski, J. (1 de Junio de 2011). <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/>. Recuperado el 28 de Julio de 2017, de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/>

[http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_k/ppot/dmq/ppdot\\_calderon.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/ppdot_calderon.pdf)

<https://administracionyconsultoria.blogspot.com/2011/02/que-es-la-consultoria.html>

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

[http://www.diphuelva.es/portalweb/zonas/59/Ficheros/Plan\\_de\\_negocio.Jos%C3%A9\\_A.Almoquera.pdf](http://www.diphuelva.es/portalweb/zonas/59/Ficheros/Plan_de_negocio.Jos%C3%A9_A.Almoquera.pdf)

<https://books.google.com.ec/books?id=m7-nLoRSyl0C&printsec=frontcover&dq=la+consultoria&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZg4bg3NXVAhXETCYKHXYAT8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=la%20consultoria&f=false>

<http://emprendiendoparaunmundo.blogspot.com/2013/05/autores-que-hablan-sobre-el-plan-de.html>

<https://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/>

<https://books.google.com.ec/books?id=no7iybmlpLkC&pg=PT275&lpq=PT275&dq=%25negocio%25Longenecker&source=bl&ots=Pjv5OCMKOt&sig=V4TZHoD280SonHQEBGiDLjOBgzA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHnvikuNLVAhUF2SYKHVHZA2gQ6AEIVDAL#v=snippet&q=as%C3%AD%20como%20las%20caracter%C3%ADsticas%20del%20empresario%20y%20del%20equipo%20administrativo&f=false>

[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/76563/1/plan\\_negocio\\_estrategia.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76563/1/plan_negocio_estrategia.pdf)

<http://www.buenosnegocios.com/notas/278-que-estrategia-competitiva-te-conviene>

<http://www.yeastgenome.org/reference/S000068478/overview#overview>

<https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2010/11/19/la-tecnica-de-la-encuesta/>

<https://books.google.com.ec/books?id=m7-nLoRSyl0C&printsec=frontcover&dq=la+consultoria&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZg4bg3NXVAhXETCYKHXYAT8Q6AEIJTAA#v=onepage&q=la%20consultoria&f=false>

<http://www.dinero.com/edicion-impresam/management/articulo/la-consultoria/14019>

<https://books.google.com.ec/books?id=YXs6KNVw7jkC&printsec=frontcover&dq=la+consultoria&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZg4bg3NXVAhXETCYKHXYAT8Q6AEIKjAB#v=onepage&q=la%20consultoria&f=false>

<http://es.wikihow.com/hacer-una-propuesta-de-consultor%C3%ADa>