

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



## UNIDAD DE POSGRADOS

### MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**TEMA:**

---

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ASESORÍA TRIBUTARIA ESPECIALIZADA EN DEVOLUCIONES DE I.V.A. E  
I.C.E. PARA PERSONAS DE LA TERCERA EDAD EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”**

---

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del Grado de Magister en  
Administración y Dirección de Empresas.**

**AUTOR:**

**Ing. Efrén Arturo Espinosa Muñoz**

**TUTOR:**

**PhD. Teresita de Jesús Gallardo López**

**Quito - Ecuador**

**Junio 2014**

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación, nombrado por la Comisión Académica de Posgrados de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA TRIBUTARIA ESPECIALIZADA EN DEVOLUCIONES DE I.V.A. E I.C.E. PARA PERSONAS DE LA TERCERA EDAD EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”, presentado por el Maestrante Efrén Arturo Espinosa Muñoz, estudiante del programa de Maestría en Administración y Dirección de Empresas Décima Quinta Promoción MBA15, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de Posgrados designe.

Quito, junio 2014

**TUTOR**

**PhD. Teresita de Jesús Gallardo López**

**Cédula 175522464-7**

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **AUTORÍA DE TESIS**

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas Décima Quinta Promoción MBA15, declara que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Magister en Administración y Dirección de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, junio del 2014

**Ing. Efrén Arturo Espinosa Muñoz**

**Cédula 170972679-6**

## **DEDICATORIA**

A mi amada esposa Estefanía,  
quien con su abnegado amor, apoyo y  
paciencia me da la tranquilidad y espacio,  
para la consecución de este logro para nuestra familia.

A Bianca y Josué, mis pequeños regalos del cielo,  
quienes con su alegría, travesuras e incondicional amor,  
se han convertido en un aliciente definitivo,  
para la consecución de este logro académico.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios el Eterno Padre,  
por Su infinito amor, expresado en las  
copiosas bendiciones que he recibido,  
a Su Hijo Jesucristo por Su sacrificio  
de vida para mejorar la mía,  
y al Espíritu Santo por ser un  
firme compañero.

A mis familiares por su  
permanente y auténtica  
preocupación.

A mis colegas y compañeros de aula,  
por medio de los cuales pude alimentar  
no sólo mi conocimiento, sino  
sobre todo mi sabiduría.

A la Universidad Tecnológica  
Israel y todos sus catedráticos,  
por actualizar mis conocimientos y  
enriquecerme profesionalmente.

# ÍNDICE GENERAL

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DE TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1 MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2 MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2.1 I. V. A.</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2.2 I. C. E.</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.3 S. R. I.</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.4 Tercera Edad</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.5 Liquidez</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.6 Plan de Negocios</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.7 Asesoría Tributaria</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2.8 Análisis Porter</b> .....	<b>13</b>
<b>1.3 MARCO LEGAL</b> .....	<b>14</b>
<b>1.3.1 Constitución de la República del Ecuador – Capítulo Tercero - Sección     primera - Adultas y adultos mayores</b> .....	<b>14</b>
<b>1.3.2 Reglamento General de la Ley del Anciano</b> .....	<b>15</b>
<b>1.3.3 Ley Reformatoria a la Ley del Anciano</b> .....	<b>16</b>
<b>1.3.4 Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno - Título II -     Aplicación del Impuesto al Valor Agregado - Capítulo V - Devolución del Impuesto al     Valor Agregado</b> .....	<b>16</b>
<b>1.3.5 Normas para la Devolución de los Valores Pagados por Personas Adultas     Mayores, del Impuesto al Valor Agregado (IVA) e Impuesto a los Consumos     Especiales (ICE), en la Adquisición de Bienes y/o Servicios, Para su Uso y Consumo     Personal No. NAC-DGERCGC13-00636</b> .....	<b>17</b>

1.3.6	<b>Servicio de Rentas Internas – Aplicación de Beneficios Tributarios a Personas de la Tercera Edad - Información para apertura de cuentas bancarias y Formato de solicitud .....</b>	<b>20</b>
1.3.7	<b>Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios .....</b>	<b>20</b>
1.4	<b>MARCO DEMOGRÁFICO.....</b>	<b>23</b>
1.5	<b>MARCO GEOGRÁFICO .....</b>	<b>28</b>
	<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA UTILIZADA, PLAN DE NEGOCIO Y VALORACIÓN DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>30</b>
2.1	<b>METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>30</b>
2.1.1	<b>ENFOQUE METODOLÓGICO ASUMIDO .....</b>	<b>30</b>
2.1.2	<b>MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS EMPLEADOS EN LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>31</b>
2.2	<b>PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>33</b>
2.2.1	<b>DESCRIPCIÓN Y FACTORES QUE INCIDEN EN EL SERVICIO.....</b>	<b>33</b>
2.2.1.1	Explicación de la asesoría tributaria a ofertar .....	33
2.2.1.2	Diagrama del servicio .....	34
2.2.1.3	Aspectos que afectan el servicio .....	35
2.2.1.3.1	Factor económico .....	35
2.2.1.3.2	Factor político – social .....	36
2.2.1.3.3	Factor legal .....	37
2.2.1.3.4	Factor cultural.....	37
2.2.1.3.5	Factor tecnológico .....	38
2.2.1.4	Análisis Porter.....	38
2.2.1.4.1	Amenaza de entrada de nuevos competidores .....	39
2.2.1.4.2	La rivalidad entre los competidores.....	39
2.2.1.4.3	Poder de negociación de los proveedores.....	39
2.2.1.4.4	Poder de negociación de los compradores.....	39
2.2.1.4.5	Amenaza de ingreso de servicios sustitutos .....	40
2.2.2	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....</b>	<b>40</b>
2.2.2.1	Segmentación del Mercado.....	40
2.2.2.2	Tamaño de la muestra .....	41
2.2.2.3	Diseño y aplicación de la encuesta .....	42
2.2.2.4	Recolección de la información .....	42
2.2.2.5	Resultados de la investigación de mercado .....	43

2.2.2.5.1	¿Cuánto sabe acerca de los beneficios tributarios que la ley concede a las personas de la tercera edad, tales como la devolución de IVA e ICE por sus gastos o compras personales? .....	43
2.2.2.5.2	¿Se ha registrado en el SRI para solicitar los beneficios tributarios? .....	44
2.2.2.5.3	Si eligió SI en la pregunta 2 ¿Solicita usted la devolución del IVA e ICE pagado en sus compras personales?.....	45
2.2.2.5.4	Si eligió NO en la pregunta 2. ¿Se registrará en el SRI para solicitar los beneficios tributarios?.....	45
2.2.2.5.5	¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que se encargue por usted de la recuperación de los valores que paga por concepto de IVA e ICE en sus compras? 46	46
2.2.2.5.6	Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Qué porcentaje del total recuperado, estaría dispuesto a ceder como retribución por los servicios de asesoría recibidos? .....	46
2.2.2.5.7	Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Cómo preferiría recibir el servicio de asesoría? 47	47
2.2.2.5.8	Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Cuál es el rango en que se encuentran sus consumos mensuales realizados mediante comprobantes de venta? .....	47
2.2.2.6	Conclusiones de la investigación de mercado .....	48
2.2.2.7	Oportunidades del negocio .....	48
<b>2.2.3</b>	<b>LA EMPRESA Y LOS REQUERIMIENTOS DEL PLAN DE NEGOCIO..</b>	<b>49</b>
2.2.3.1	Visualización de la Empresa.....	49
2.2.3.1.1	Visión .....	50
2.2.3.1.2	Misión.....	50
2.2.3.1.3	Valores y Principios .....	50
2.2.3.2	Objetivos.....	52
2.2.3.3	Estrategias de mercado .....	53
2.2.3.3.1	Estrategias de precio.....	53
2.2.3.3.2	Estrategias de servicio .....	53
2.2.3.3.3	Estrategias de promoción .....	53
2.2.3.4	Requerimientos del plan de negocio.....	54
2.2.3.4.1	Requerimientos legales para la constitución .....	54
2.2.3.4.2	Eslogan de la empresa .....	54
2.2.3.4.3	Localización de la empresa .....	54
2.2.3.4.4	Infraestructura y distribución de la empresa.....	55
2.2.3.4.5	Equipos, mobiliario, software y otros.....	56



2.2.3.4.6	Gastos de Arranque .....	57
2.2.3.4.7	Estructura Organizacional .....	57
2.2.3.4.8	Definición de perfiles y responsabilidades del personal.....	58
<b>2.2.4</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>61</b>
2.2.4.1	Costo del Servicio.....	62
2.2.4.2	Inversiones.....	62
2.2.4.3	Financiamiento.....	65
2.2.4.4	Explotación .....	65
2.2.4.5	Estado de Resultados .....	70
2.2.4.6	Balance de Situación.....	71
2.2.4.7	Presupuesto de Tesorería .....	72
2.2.4.8	Evaluación Financiera del plan.....	73
<b>2.3</b>	<b>VALORACIÓN DE LA PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO POR CRITERIO DE ESPECIALISTAS .....</b>	<b>76</b>
	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>79</b>
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>79</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>79</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>81</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>85</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Recaudación Efectiva - Consolidado Nacional – Enero Diciembre 2013 .....	<b>28</b>
<b>Tabla 2</b> Costo del Servicio .....	<b>62</b>
<b>Tabla 3</b> Propiedad, Planta y Equipo .....	<b>63</b>
<b>Tabla 4</b> Renovación Propiedad, Planta y Equipo cuarto año .....	<b>63</b>
<b>Tabla 5</b> Crecimiento Propiedad, Planta y Equipo cuarto año .....	<b>64</b>
<b>Tabla 6</b> Gastos de Arranque .....	<b>64</b>
<b>Tabla 7</b> Capital de Trabajo (2 meses) .....	<b>64</b>
<b>Tabla 8</b> Ventas Anuales .....	<b>66</b>
<b>Tabla 9</b> Resumen Ventas Proyectadas en dólares .....	<b>66</b>
<b>Tabla 10</b> Costo de Ventas (%) .....	<b>67</b>
<b>Tabla 11</b> Gasto Sueldos.....	<b>69</b>
<b>Tabla 12</b> Gastos Operacionales.....	<b>69</b>
<b>Tabla 13</b> Estado de Resultados .....	<b>71</b>
<b>Tabla 14</b> Balance de Situación.....	<b>72</b>
<b>Tabla 15</b> Presupuesto de Tesorería .....	<b>73</b>
<b>Tabla 16</b> Punto de Equilibrio de acuerdo al porcentaje de las Ventas .....	<b>73</b>
<b>Tabla 17</b> Cálculo de la TIR .....	<b>75</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE POBLACIONAL DEL ECUADOR .....	24
<b>Figura 2</b> PERSONAS ADULTAS MAYORES Y ASEGURAMIENTO .....	25
<b>Figura 3</b> POBLACIÓN POR PARROQUIAS SEGÚN SEXO .....	26
<b>Figura 4</b> POBLACIÓN CANTONAL POR GRUPOS DE EDAD .....	27
<b>Figura 5</b> PROYECCIÓN DE POBLACIÓN CANTONAL Y POR PARROQUIAS .....	27
<b>Figura 6</b> ORGANIZACIÓN TERRITORIAL: Área y Densidad Poblacional .....	29
<b>Figura 7</b> Diseños para la integración de la investigación cualitativa y cuantitativa .....	31
<b>Figura 8</b> Análisis Porter de las cinco fuerzas.....	38
<b>Figura 9</b> Pregunta 1 de la Encuesta.....	43
<b>Figura 10</b> Pregunta 2 de la Encuesta.....	44
<b>Figura 11</b> Pregunta 2 de la Encuesta Segunda Parte.....	44
<b>Figura 12</b> Pregunta 3 de la Encuesta.....	45
<b>Figura 13</b> Pregunta 4 de la Encuesta.....	45
<b>Figura 14</b> Pregunta 5 de la Encuesta.....	46
<b>Figura 15</b> Pregunta 6 de la Encuesta.....	46
<b>Figura 16</b> Pregunta 7 de la Encuesta.....	47
<b>Figura 17</b> Pregunta 8 de le Encuesta.....	47
<b>Figura 18</b> Mapa Sector comercial de Sangolquí.....	55
<b>Figura 19</b> Distribución de la Empresa .....	56
<b>Figura 20</b> Organigrama.....	58

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1</b> Informativo Referencial Instituciones Financieras .....	<b>86</b>
<b>Anexo 2</b> Solicitud Aplicación Beneficios Tributarios a Personas de la Tercera Edad.....	<b>87</b>
<b>Anexo 3</b> Entrevista individual semiestructurada funcionario público.....	<b>89</b>
<b>Anexo 4</b> Oficio dirigido al SRI en el que se solicita información.....	<b>90</b>
<b>Anexo 5</b> Respuesta recibida del SRI al oficio presentado .....	<b>91</b>
<b>Anexo 6</b> Encuesta Especialistas.....	<b>92</b>
<b>Anexo 7</b> Cuestionario para Encuesta .....	<b>93</b>
<b>Anexo 8</b> Pasos para crear una empresa en Ecuador .....	<b>95</b>
<b>Anexo 9</b> Esquema Servicio Asesoría Tributaria para Personas de la Tercera Edad .....	<b>97</b>
<b>Anexo 10</b> Tasa de Desempleo .....	<b>98</b>
<b>Anexo 11</b> Incidencia de la Pobreza por Ingreso a Nivel Nacional .....	<b>98</b>
<b>Anexo 12</b> Inflación .....	<b>99</b>
<b>Anexo 13</b> Evolución del Salario Mínimo Vital .....	<b>99</b>
<b>Anexo 14</b> Tasas de Interés Activas Banco del Pacífico .....	<b>100</b>

## RESUMEN

La expectativa de vida de la humanidad ha venido incrementándose de forma acelerada. Las personas que forman parte de este grupo denominado de la tercera edad, se constituyen en un mercado en franca expansión. Para atender una de las necesidades de este grupo se propone el siguiente plan de negocio, que consiste en la creación de una empresa que brinde asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el cantón Rumiñahui.

Utilizando la metodología descriptiva de la investigación, con un enfoque mixto de lo cualitativo y cuantitativo y mediante métodos teóricos, empíricos y matemático-estadísticos, se procedió al levantamiento y manejo de la información necesaria para el correcto diseño del plan. Este comenzó con la descripción y diagramación del servicio, siguiéndole un análisis de los factores que pueden afectar la implementación y el desarrollo de la propuesta. A continuación, se realizó la investigación de mercado que permitió determinar el mercado objetivo que está dispuesto a contratar el servicio y la fijación del precio que posibilita la consecución de un nivel de ingresos apropiado. Se estableció la estructura de la empresa, así como los requerimientos necesarios para la puesta en marcha, identificándose el monto de la inversión inicial requerida. La parte final del plan contiene el estudio financiero que contempla el aporte de un socio principal, dos socios secundarios y el apalancamiento de un préstamo otorgado por alguna institución financiera. El primer año de operaciones existe una pérdida neta manejable, sin embargo el flujo de caja es positivo. A partir del segundo año, los resultados mejoran considerablemente. La inversión inicial se recupera a finales del segundo año.

La opinión de los especialistas consultados acerca del plan coincide en que se trata de un tema relevante, innovador y que asegurará beneficios no solo económicos para los accionistas, sino también de carácter social.

## INTRODUCCIÓN

El envejecimiento es un fenómeno que ha despertado la atención de la mayoría de los organismos internacionales, de los países de casi todo el mundo, de varias organizaciones de la sociedad civil y de numerosos expertos de la comunidad académica.

La población mundial está pasando de una larga etapa en la que se evidenciaban altos índices de natalidad y mortalidad hacia otra donde estos índices son cada vez más reducidos. Varios expertos concuerdan en que los hombres y mujeres del mundo se enfrentan a una profunda mutación demográfica, “el mundo está envejeciendo, en los próximos 50 años se va casi a cuadruplicar el número de adultos mayores, pasando de unos 600 millones a casi 2.000” (Parlamento Andino, 2012).

Ya para 1982, en la I Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento que tuvo lugar en Austria, específicamente en Viena, se aprobó el Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento, cuyo objetivo era guiar el pensamiento y la acción acerca de la vejez para los siguientes veinte años, donde el exhorto fundamental que se hizo fue un llamado para que todos los programas y políticas gubernamentales, tanto a nivel nacional como internacional asegurasen que el envejecimiento ocupe un lugar primordial.

La Organización de las Naciones Unidas en el año 2002, con el propósito de hacer frente a los retos que esta variante demográfica presentaba, decide celebrar en Madrid la II Asamblea Mundial sobre Envejecimiento. Los acuerdos a los que se llegaron, son los que en la actualidad constituyen el marco referencial para la realización de planes a nivel nacional, regional y local que permitan asumir los retos emanados del envejecimiento poblacional.

“De los 1.180 millones de habitantes de Europa, unos 174,5 millones, o 14,1%, son mayores de 65 años, y se prevé que para 2030 ese grupo de población alcance el 20,1%” (UNECE, 2012). Este aumento relativo de personas viejas, ligado a una reducción relativa de niños y jóvenes, ha llevado a muchos de los países de esta región a plantearse incluso políticas de Estado que promueven la maternidad y migración inversa de familias jóvenes con niños.

Las diferencias del comportamiento demográfico entre continentes revelan también la situación propia de países desarrollados y países en desarrollo. En la actualidad 1 de cada 5 europeos, 1 de cada 12 latinoamericanos y caribeños y 1 de cada 20 africanos pertenece a la tercera edad.

Los avances científicos y tecnológicos que se han logrado en los últimos años de forma acelerada, han permitido que los seres humanos logren cubrir sus necesidades de maneras

más fáciles, rápidas y eficientes, mejorando de esta forma la calidad de vida. Sumado a esto, es necesario mencionar también que una creciente concientización en temas alimentarios y de salud, proporcionan los elementos propicios para que la permanencia terrenal del hombre se prolongue.

Esta nueva forma de vida (facilitada por la tecnología y apoyada por la ciencia) instaure también nuevas necesidades para el adulto mayor. Los viajes alrededor del mundo, los clubes sociales y de esparcimiento, los servicios especializados de toda índole, etc., que ahora son muy comunes, eran impensables para unas cuantas generaciones atrás. Este estilo de vida, ha originado la creación de innumerables negocios alrededor de estas personas, por cuanto, es evidente que este mercado se encuentra en una franca etapa de crecimiento y es el momento de aprovecharlo.

En todas las sociedades ha habido siempre personas mayores que han necesitado de la ayuda de otros para poder realizar las actividades... Sin embargo, desde mediados del siglo XX, el modo en que se ha dado respuesta a las necesidades de cuidados de estas personas ha experimentado cambios importantes (Casado & López , 2001, pág. 68).

En Ecuador se ha apreciado, sobre todo en los últimos diez años, el incremento de personas que son parte de este mercado denominado de la tercera edad. Muchas de ellas, incluso vienen de otros países y deciden radicarse permanentemente debido a diferentes factores. El perfil de este tipo de personas, que por ahora siguen en aumento, demanda con ímpetu el establecimiento de empresas que puedan brindarles productos y servicios acordes a sus anhelos.

La asesoría es uno de esos servicios que la tercera edad precisa para coexistir en este mundo cambiante y conflictivo, con el propósito de salvaguardar sus intereses y su estilo de vida. En especial la asesoría tributaria, cuyo propósito es el de estudiar las circunstancias especiales de cada cliente y adaptarlas a la última norma vigente, para conseguir el máximo beneficio de quien la contrata.

El 22 de julio de 2002 se publica en el registro oficial # 623 el Reglamento para la Aplicación de los Beneficios Tributarios a favor del Anciano, correspondientes a impuestos fiscales. Desde entonces, este beneficio ha estado disponible para todas las personas mayores de 65 años de edad en el territorio ecuatoriano. “El monto máximo mensual de beneficio tributario, correspondiente tanto al... (IVA) como al... (ICE), se establecerá tomando en cuenta una única base imponible máxima de consumo de hasta cinco remuneraciones básicas,

por la tarifa de los respectivos impuestos (S.R.I., s. f.)”. Para el año 2014 el monto máximo mensual que una persona de la tercera edad puede solicitar para devolución alcanza los \$204.

Sin embargo, la asesoría tributaria en el Ecuador, se enfoca de manera general en las personas naturales y jurídicas que les arrojen importantes réditos por sus servicios. El adulto mayor no recibe un trato especializado y adecuado a su situación. Un estudio sucinto de la realidad de algunas empresas que ofrecen asesoría tributaria de forma genérica, realizado por el autor de esta tesis, permitió establecer que poquísimas empresas tienen dentro de su portafolio de servicios uno que atienda al anciano.

Si consideramos una de las conclusiones a las que llegó un estudio realizado para el año 2011 donde “tan solo el 0.76% de la población de la tercera edad a nivel nacional están registrada como beneficiarios de la Devolución del IVA” (Dillon, 2011, pág. 95), el presente estudio pretende verificar que esta realidad no ha sufrido mayor cambio y confirmar que las personas de la tercera edad no hacen válidos sus derechos tributarios.

El desconocimiento de estos beneficios tiene su principal causa en la escasa, por no llamar nula, difusión de los mismos por parte de cada gobierno de turno. El gobierno actual, a través del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 que es parte del Plan Nacional de Desarrollo, cuenta con doce objetivos nacionales y dos de ellos, el objetivo 1 y el objetivo 2 a través de sus correspondientes políticas y lineamientos, tienen como finalidad en resumen: impulsar mecanismos de acceso a beneficios públicos, inclusión de los adultos mayores, y el fortalecimiento y desarrollo de herramientas que contribuyan a una redistribución adecuada de los ingresos entre la población.

La liquidez del adulto mayor que no hace válido su derecho tributario se ve mermada constantemente, ya que un importante porcentaje (12% IVA y 15% ICE aprox.) que podría utilizar en mejorar su nivel de vida, lo tiene que utilizar en el pago de impuestos, cada vez que adquiere un bien o servicio.

La falta de oportunidad en la aplicación de estos beneficios es de considerable importancia, ya que opera la prescripción para los comprobantes de venta cuya fecha de emisión supere los cinco años de antigüedad.

El adulto mayor por lo general, al momento de querer hacer válido su derecho tributario experimenta temor a realizar trámites, debido a que tiene que llenar formularios y presentar documentos y certificaciones bancarias. Asimismo, un buen número de ellos, ya no tienen capacidad para trasladarse por sí solos y tampoco cuentan con la ayuda de alguien que realice los trámites por ellos.



En el mes de diciembre del año 2013 el autor de esta tesis fue testigo presencial de una situación suscitada en una de las dependencias del Servicio de Rentas Internas en la ciudad de Quito, la misma que le permitió evidenciar cuán difícil puede ser para un adulto mayor realizar un trámite de devolución de impuesto al valor agregado (IVA) e impuesto a los consumos especiales (ICE).

En resumen, se ofreció ayuda desinteresada a dos ancianas quienes acudían, una por primera vez y otra quien ya había realizado este trámite con anterioridad y llevaban facturas de varios períodos anteriores. Cabe mencionar que estas personas solicitaron ayuda en primera instancia de los funcionarios públicos presentes, pero recibieron como respuesta una negativa, aseverando que no estaban autorizados para tal efecto.

Se advierte claramente una carente y escasa manifestación de personas de la tercera edad que hagan válidos sus beneficios tributarios que por derecho los amparan. Existen tres grupos que el autor de este trabajo plantea para identificarlos. El primer grupo lo conforman los que conocen de la existencia de estos beneficios y que experimentan múltiples dificultades, sobre todo de carácter logístico y de conocimiento al recibir de vuelta varias de sus facturas por no cumplir con los requisitos establecidos. En un segundo grupo, están los adultos mayores que conociendo de forma superficial el beneficio, han hecho válido su derecho de forma esporádica y en la mayoría de los casos no han continuado con la práctica por evitar experimentar rechazo y vergüenza. Y un tercer grupo, que es el más grande lo constituyen aquellos que no saben de los beneficios que los respaldan.

Estas ausencias conducen al planteamiento del siguiente **problema científico**: ¿Qué hacer para que las personas de la tercera edad hagan válidos sus derechos tributarios? Derivado entonces de esta problemática citada, se precisa como **objetivo general** de la investigación proponer un plan de negocio para la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el cantón Rumiñahui.

Del objetivo de la investigación se proponen las siguientes **interrogantes científicas** enunciadas como dilemas parciales de la investigación:

1. ¿Qué resultados ofrece el diagnóstico de la situación actual de la asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el Cantón Rumiñahui?

2. ¿Qué componentes deben integrarse para diseñar un plan de negocios que permita la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el Cantón Rumiñahui?

3. ¿Qué resultados ofrece la valoración de la propuesta científica según criterio de especialistas?

Las interrogantes científicas encaminaron a la elaboración de los siguientes **objetivos específicos** que posibilitan la consecución del objetivo general planteado:

1. Diagnosticar la situación actual de la asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el Cantón Rumiñahui.
2. Diseñar un plan de negocio que permita la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el Cantón Rumiñahui.
3. Valorar la propuesta científica por medio del criterio de especialistas.

Existe una clara oportunidad de negocio que pretende brindar a los futuros clientes un servicio que les permita acceder a la devolución de sus impuestos de forma cabal. El emprendedor que plasma una idea al crear una empresa, debe considerar el costo que implicará cada una de las fases. También debe considerar las ganancias que planea obtener. Por ello se plantea como idea a defender la propuesta de un plan de negocio para la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el cantón Rumiñahui que sea financiera y técnicamente viable y que brinde a los inversores altos rendimientos.

La metodología de investigación utilizada denominada descriptiva, se desarrolló a través de una combinación de los enfoques: cuantitativo y cualitativo. La muestra asumida resultó de la fórmula de población finita, que considera una distribución normal, con un nivel de confianza de 95%, siendo 132 su tamaño.

En el recorrer de las etapas investigativas y con el propósito de cumplir con los objetivos se emplearon métodos del nivel teórico, empírico y matemático-estadístico. Los métodos del nivel teórico permitieron el levantamiento del marco teórico, el diseño teórico y metodológico de la investigación, la elaboración del plan de negocio y el diagnóstico de su viabilidad. Los métodos empíricos, evidenciaron y clarificaron la situación del objeto en el diagnóstico y la creación del plan de negocio. Mientras que los métodos estadísticos matemáticos, sobre todo el de análisis porcentual, contribuyeron en la cuantificación y el procesamiento de los datos para su interpretación.

La contribución práctica del presente estudio está sustentada al:

- Presentar el diseño metodológico de un diagnóstico de la situación actual de la asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el Cantón Rumiñahui, y

- Elaborar un plan de negocio que permita la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el Cantón Rumiñahui.

La redacción escrita de la tesis expone el proceso de investigación a través del marco teórico-referencial, el diagnóstico de la situación actual, el diseño del plan de negocios, las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

El capítulo 1 titulado marco teórico-referencial, abarca el marco teórico que centra su atención en los referentes teóricos necesarios para el diseño de un plan de negocio; el marco conceptual que explica el significado de varios términos que se utilizaron a lo largo de la tesis; el marco legal que presenta las leyes y reglamentos que fundamentan los beneficios tributarios de la tercera edad; el marco demográfico que distingue características específicas del grupo a estudiar; y, finalmente el marco geográfico que explica, define y muestra el lugar donde viven y desarrollan sus actividades diarias los futuros clientes del plan de negocio.

El capítulo 2 encierra la metodología de investigación utilizada; el plan de negocio que comienza con la descripción del servicio y los factores que inciden en el mismo, la investigación del mercado, una descripción de la empresa y los requerimientos, y, el estudio financiero que permite definir la viabilidad o no de la propuesta; y, la evaluación del plan de negocio propuesto a través del criterio de especialistas que emitieron sus apreciaciones en cuanto a la idoneidad y consistencia del tema.

En la parte final se incluyen las conclusiones y se sugieren recomendaciones adecuadas, también se incorporan en la sección complementaria una relación de referencias bibliográficas y anexos.

## **CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL**

“El marco referencial es también denominado por algunos autores estado del arte, estado de los conocimientos o marco teórico” (Bermúdez & Rodríguez, 2013, pág. 91). En la presente tesis se menciona como Marco Teórico-Referencial y es el componente que sigue en orden lógico para cualquier proyecto de investigación, una vez que el problema ha sido planteado y los objetivos definidos.

Siendo que “el marco teórico es obligatorio para todos los trabajos de investigación”, que “los demás se incluyen de acuerdo con la pregunta de investigación” y que “se recomienda en la investigación distinguir cada uno de los marcos utilizados” (Bermúdez & Rodríguez, 2013, pág. 92), el presente capítulo centra su atención en los marcos teórico, conceptual, legal, demográfico y geográfico.

### **1.1 MARCO TEÓRICO**

“Desdichado saber es el del piloto que, con naufragios frecuentes, aprendió el arte de navegar, y el del príncipe que, con constantes asonadas... y males públicos, aprendió a ejercer su magistratura. Muy caro aprende el que errando aprende a no errar (Erasmus de Rotterdam, 1528)”. Diseñar un plan de negocio que permita la creación de una empresa de cualquier índole que fuere, aporta de manera significativa al conocimiento que muchos de los emprendedores requieren para evitar caros errores en el momento de crear una empresa.

“No todas las organizaciones son empresas. La diferencia entre las organizaciones y las empresas reside en la finalidad para la que han sido creadas (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2006)”. Sin embargo, las empresas si son organizaciones, y requieren de un proceso para ser establecidas y asegurar de alguna forma que el propósito de lucro se produzca.

La empresa debe procurar desde el inicio, establecer una sólida organización formal, que es “la estructura planificada que representa un intento por establecer una serie de relaciones entre componentes que permitan alcanzar los objetivos de manera efectiva” (Vainrub, 1996, pág. 78).

Este proceso planificado en muchas ocasiones pasa desapercibido y en otras es omitido. “Su importancia, no obstante, es sustancial. Sus elementos básicos y la forma en la que se lleva a cabo son determinantes del éxito con el que nace el nuevo proyecto o empresa” (Urbano & Toledano, 2008).

Toda idea que el ser humano decide plasmar en la realidad, supera esta etapa porque encuentra factores que lo motivan o que influyen positivamente en la construcción de aquello que se anhela.

¿Te emociona la forma en que este negocio hará una diferencia en la vida de las personas? Este punto es crucial, ya que si amas tu trabajo es más probable que perseveres a pesar de las largas jornadas y las batallas interminables que son parte de la vida de un emprendedor. También, si realmente te emociona, los éxitos y celebraciones serán más dulces. Otro punto esencial a considerar es si realmente hay un hueco en el sector en el que esperas introducirte (Branson, 2013).

El tema que motiva el presente estudio, capta toda la atención de su autor, por cuanto, a la vez que se pretende brindar un servicio que mejora el nivel de vida del adulto mayor, existe una demanda insatisfecha evidente y no consciente que se verifica en el estudio.

El servicio primordial que otorga la asesoría a quien la busca, es la ayuda que brinda cuando se trata de solucionar inquietudes precisas. El motivo por el cual una asesoría es creada persigue la asistencia a las personas en lo que les representa desafíos o en aquello que se considera un dilema constante.

La asesoría independiente “puede ser una de las formas más satisfactorias y mejores de ganarse la vida. ¿De qué otra manera puede usted determinar su propio horario, escoger para quien trabaja y decidir cuánto se va a ganar?” (Cohen, 2003). Pero la mayoría de decisiones que es necesario asumir para arrancar en esta ocupación pueden ser difíciles. ¿Dónde se encuentran mis clientes y como los busco? ¿Cuál es el precio que debo cobrar por la asesoría?

La elaboración de un plan de negocio..., permite al promotor de una oportunidad de negocio realizar un exhaustivo estudio de mercado que le aporte la información requerida para llevar a cabo un correcto posicionamiento de su proyecto y para determinar con bastante certeza su viabilidad. Además, el plan de negocio desarrollará las medidas estratégicas necesarias en cada área funcional concreta para lograr la consecución de los objetivos que el propio plan habrá previsto. Una vez en marcha, el plan de negocio servirá como herramienta interna que permita evaluar la marcha de la empresa y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y como fuente de valiosa información para la realización de presupuestos e informes (De La Vega García, 2004).

El plan de negocios abarca todos los temas que se requieren analizar para determinar con cierta exactitud, el futuro de lo que en un inicio fue una idea. La realidad cuando el proyecto

entre en ejecución se espera que sea muy cercana a lo planificado de allí que es muy importante seguir todos los pasos que se emplean en este tipo de estudio.

La investigación de mercados consiste en el diseño, la recopilación, el análisis y el reporte de la información y de los datos relevantes del mercado para una situación específica a la que se enfrenta la empresa... Una empresa recurre a diversas fuentes para obtener la información que necesita... Las empresas realizan encuestas para conocer qué saben, creen y prefieren los consumidores, así como para descubrir qué les satisface, y para generalizar los descubrimientos a la totalidad de la población... También podría hacer encuestas en el punto de venta, abordando a los consumidores en un centro comercial y aplicándoles la encuesta (Kotler & Keller, 2006, págs. 102, 105).

Para el presente estudio es fundamental la etapa de investigación del mercado. Los centros comerciales del cantón Rumiñahui, incluido el mercado municipal que es muy visitado por los habitantes ofrecen una excelente oportunidad de aplicar encuestas al mercado meta, ya que cada uno de ellos atrae diversos tipos de clientes lo que brinda a la información recolectada un mínimo grado de sesgo.

En una época de ciclos de vida de productos cada vez más reducidos, la velocidad en la innovación se convierte en un elemento esencial. En términos generales, llegar antes compensa... La mayoría de los estudios indican que el pionero del mercado es el que consigue una mayor ventaja... Los primeros usuarios memorizarán la marca si el producto les satisface... Los pioneros pueden realizar inversiones de marketing más eficaces y disfrutar de un mayor número de compras repetidas por parte de los consumidores. Un pionero perspicaz podrá mantener su liderazgo de forma indefinida si aplica diversas estrategias (Kotler & Keller, 2006, pág. 324).

Un estudio previo de observación realizado por el autor de esta tesis no pudo determinar la existencia de una empresa que se dedique exclusivamente a la atención tributaria del adulto mayor en el cantón Rumiñahui, algunas ofrecen este servicio, pero como uno más de los muchos que tienen. Es de fundamental importancia, aprovechar que el servicio es novedoso, para aplicar estrategias de expansión rápidas y efectivas, lo cual no es complejo, una vez que se superen las expectativas del cliente, ya que el grupo de personas de la tercera edad en su mayoría tienen amplias relaciones sociales y esparcen las buenas experiencias de productos y servicios que les han sido provechosos.

Las acciones de diferenciación están siendo vistas por el empresariado como indispensables y los impactos esperados que están posicionando a la actividad en sí son bastantes buenos.

Ahora, ¿Cuál es la clave de la diferenciación?, sin duda la visión de negocio. La pregunta surge desde los siguientes conceptos; cómo percibimos las mejoras en el negocio – cómo incubamos el sentido productivo – cómo generamos alternativas - . Sabemos que puede haber varios aspectos que nos traban el mejoramiento del negocio. En lo comercial muchas veces se siente que las organizaciones no le encuentran la vuelta para progresar en el ser diferentes o especiales. Se enquistan en una manera de percibir más de lo mismo sin poder ver alternativas distintas. Que nuestra organización tenga un producto, servicio o marca diferente es una capacidad que no muere, y se puede recrear desarrollando nuevas maneras de percibir para encontrar soluciones en cada caso (Di Pascua, 2008, pág. 148).

La idea para este plan de negocio, aparte de contar con una oficina fija en un céntrico y de fácil acceso lugar de la ciudad de Sangolquí, es brindar el servicio a domicilio, lo que hace la diferencia que los clientes retribuyen.

Si tu idea de negocio es buena, deberías poder conseguir inversionistas; convéncelos con la evaluación de la rentabilidad de tu futura empresa... Elaborar un adecuado estudio financiero te servirá como una excelente carta de presentación ante posibles fuentes de financiamiento (Entrepreneur, 2009).

El monto de inversión que se necesite para emprender en este negocio de asesoría tributaria para personas de la tercera edad, permite distinguir hacia qué tipo de fuentes acudir. De todas formas, cualquiera sea la persona natural o jurídica que se interese en el auspicio económico, es imprescindible demostrar de forma clara, fácil y precisa, argumentos financieros de peso que convenzan e inviten al desembolso del dinero.

## **1.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **1.2.1 I. V. A.**

El Impuesto al Valor Agregado grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0% (S. R. I., 2014).

### **1.2.2 I. C. E.**

El Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)... grava a los bienes de procedencia nacional o importados y a los servicios detallados en el artículo 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno que son considerados como suntuosos por sus altos costos o porque son considerados nocivos para la salud (cigarrillo, alcohol)... Es un impuesto que se produce únicamente en la primera etapa de comercialización de bienes nacionales, en el caso de bienes importados al momento de la desaduanización y en el caso de los servicios en la etapa en la que la empresa prestadora del servicio otorga el servicio. El contribuyente es la persona que consume el bien aunque el que tiene la obligación de pagarlo es el productor, importador o prestador del servicio según las disposiciones que establece el Servicio de Rentas Internas (Hurtado & Rodríguez , 2009-2010).

### **1.2.3 S. R. I.**

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes (S. R. I., 2014).

### **1.2.4 Tercera Edad**

Tercera edad es un término antro-po-social que hace referencia a la población de personas mayores o ancianas. En esta etapa el cuerpo se va deteriorando y, por consiguiente, es sinónimo de vejez y de ancianidad. Se trata de un grupo de la población que tiene 65 años de edad o más. Hoy en día, el término va dejando de utilizarse por los profesionales y es más utilizado el término personas mayores (en España y Argentina) y adulto mayor (en América Latina). Es la séptima y última etapa de la vida (prenatal, infancia, niñez, adolescencia, juventud, adultez y vejez o ancianidad) aconteciendo después de esta la muerte (Wikipedia, 2014).

### **1.2.5 Liquidez**

Capacidad de un ente para hacer frente a sus obligaciones en el corto plazo.

### **1.2.6 Plan de Negocios**

Poderosa herramienta que vale la pena utilizar sobre todo en el inicio de las operaciones de una empresa bajo la actual economía globalizada, ya que es un documento sistemático y metódico que detalla los aspectos operativos y financieros de una empresa. Al igual que una



brújula guía a un viajero, el plan de negocios ayuda a determinar anticipadamente dónde se quiere ir, donde se está actualmente y qué hacer para llegar al destino marcado.

### **1.2.7 Asesoría Tributaria**

La asesoría es una actividad muy común por estos días, pero informalmente utilizada desde tiempos inmemoriales por el hombre, mediante la cual se le brindará el apoyo necesario a las personas que así lo requiriesen para que puedan desarrollar diferentes actividades, motivos de la consulta y finalmente, a través del trabajo que la asesoría en cuestión le brinde, poder lograr la comprensión de diferentes situaciones en las cuales se halla la persona o institución que solicita asesoría... El principal beneficio que reporta la asesoría a quien acude a ella es la ayuda que otorga a la hora de resolver dudas específicas en el área de interés. El motivo de creación de la asesoría ha sido precisamente éste, el de ayudar a las personas en aquello en lo que presentan dificultades o en aquello que siempre ha constituido para ellos un problema (DefiniciónABC, s. f.).

La asesoría tributaria en el Ecuador, es la que tramita el cumplimiento de las obligaciones ante el Servicio de Rentas Internas, ya sea para personas naturales o jurídicas, para ello, es necesaria la revisión de las cuentas de la empresa y en el caso de personas naturales los ingresos y gastos deducibles en la declaración. La asesoría debe estudiar las circunstancias especiales de cada cliente y adaptarlas a la última norma vigente, para conseguir el máximo beneficio de quien la contrata.

### **1.2.8 Análisis Porter**

Michael Porter, profesor de Harvard Business School, en uno de sus ilustrados libros titulado "Estrategia Competitiva" nos habla sobre el modelo de las cinco fuerzas el cual nos enseña que una empresa está rodeada de cinco factores fundamentales... y hay que aprender a controlarlos muy bien para sobrevivir en el mercado y tomar buenas decisiones, de tal manera que nos lleven al éxito tomando en cuenta altas tasas de rentabilidad. Porter nos dice que... existen dos tipos de competencia, la positiva y la destructiva, la primera es cuando un competidor busca diferenciarse del resto en vez de acaparar todo el mercado y la otra es justamente todo lo contrario pues todas las empresas ofrecen lo mismo. Lo siguiente que nos enseña Porter es a elaborar estrategias y aplicarlas correctamente para tener éxito y derrotar a la competencia y sobretodo posicionarnos sólidamente dentro de la industria (Villalobos, 2012).

### 1.3 MARCO LEGAL

El objetivo general de la presente investigación, de proponer un plan de negocio para la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el cantón Rumiñahui, se enmarca en dos de los doce objetivos nacionales que persigue el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017.

El objetivo 1 es: “Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular (SENPLADES, 2013, pág. 85)”. La política 5 dentro de este objetivo habla de “Afianzar una gestión pública inclusiva, oportuna, eficiente, eficaz y de excelencia (SENPLADES, 2013, pág. 100)” y el lineamiento j) dentro de esta política busca “Impulsar mecanismos en contra de la discriminación en el acceso al servicio público y acciones afirmativas para la inclusión de los diversos grupos tradicionalmente excluidos (SENPLADES, 2013, pág. 100)”.

El objetivo 2 propone: “Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad (SENPLADES, 2013, pág. 111)”. La política 3 dentro de este objetivo habla de “Asegurar la (re)distribución solidaria y equitativa de la riqueza (SENPLADES, 2013, pág. 123)”. Hay dos lineamientos de esta política que se vinculan con la presente tesis. “El lineamiento b) Generar mecanismos no tributarios de redistribución y aplicarlos de manera diferenciada con base en niveles de ingreso y el consumo de bienes y servicios (SENPLADES, 2013, pág. 123)”. Y finalmente, el lineamiento c) de “Fortalecer y desarrollar mecanismos justos y solidarios de (re)distribución de la renta urbana (SENPLADES, 2013, pág. 123)”.

Los beneficios tributarios que amparan al adulto mayor tienen sustento en una serie de leyes y reglamentos que se han emitido con el propósito de salvaguardar los derechos de este grupo tan importante y a la vez tan olvidado de la sociedad. A continuación, se incluye la fundamentación legal que a criterio del autor merece mencionarse:

#### 1.3.1 Constitución de la República del Ecuador – Capítulo Tercero - Sección primera - Adultas y adultos mayores

Art. 36.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad.

Art. 37.- El Estado garantizará a las personas adultas mayores los siguientes derechos:

1. La atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso gratuito a medicinas.

2. El trabajo remunerado, en función de sus capacidades, para lo cual tomará en cuenta sus limitaciones.
3. La jubilación universal.
4. Rebajas en los servicios públicos y en servicios privados de transporte y espectáculos.
5. Exenciones en el régimen tributario.
6. Exoneración del pago por costos notariales y registrales, de acuerdo con la ley.
7. El acceso a una vivienda que asegure una vida digna, con respeto a su opinión y consentimiento (Asamblea Constituyente, 2008).

### **1.3.2 Reglamento General de la Ley del Anciano**

Art. 1.- Para demostrar la calidad de beneficiarios de la Ley del Anciano bastará con la presentación de la cédula de ciudadanía. Para el caso de los jubilados del IESS y beneficiarios de montepío del Estado, se aceptará como documentos alternos que identifiquen al anciano, el carné o credencial respectiva.

Los extranjeros probarán su calidad de beneficiarios, con su pasaporte o con el certificado de Registro de Extranjeros otorgado por el Departamento Consular del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Art. 14.- La Procuraduría General del Anciano, como organismo dependiente del Ministerio de Bienestar Social, funcionará en la ciudad de Quito, con la autonomía que requiera para su gestión.

Tendrá la categoría de Dirección Nacional y contará con un Procurador General.

Art. 15.- Corresponde a la Procuraduría General del Anciano:

- a) Establecer políticas, planes, programas, objetivos, y procedimientos referentes a la defensa del anciano;
- b) Intervenir en todas las instancias en las que se requiera, para la defensa de las personas de la tercera edad;
- c) Cumplir con las obligaciones inherentes a los Procuradores Judiciales;
- d) Presentar al Ministerio de Bienestar Social proyectos de reformas a la Ley y observaciones sobre la correcta aplicación y cumplimiento de la legislación del anciano;
- e) Comisionar el ejercicio de sus funciones y la práctica de cualquier diligencia a favor de funcionarios públicos, para la defensa de los derechos de las personas ancianas; y,
- f) Velar por el cumplimiento de las disposiciones de la Ley del Anciano y de su Reglamento de Aplicación.

Disposición General PRIMERA.- Encárguese a la Dirección Nacional de Gerontología y a la Procuraduría General del Anciano, en coordinación con el Ministerio de Información y

Turismo, el IESS y otras entidades públicas, la difusión de la Legislación del Anciano, mediante impresión de publicaciones especiales y periódicas, campañas promocionales y seminarios de concientización a nivel de todas las empresas prestatarias de servicios médico-asistenciales y de defensa de los ancianos.

Disposición General TERCERA.- La exoneración de los impuestos fiscales y municipales que prescribe el Art. 14 de la Ley se entenderá que procede en forma individual para cada cónyuge. Su incumplimiento dará lugar a las acciones legales que prescribe al Art. 21 de dicha Ley.

Disposición General CUARTA.- La Dirección General de Aviación Civil, el Consejo Nacional de Tránsito y Transporte Terrestre, los Consejos Provinciales y las Municipalidades del país, la Superintendencia de Bancos y la de Compañías y otras instituciones que obliga la Ley, impartirán las disposiciones pertinentes a nivel de sus empresas filiales a efectos del cumplimiento irrestricto de los artículos 14 y 15 de la Ley del Anciano bajo las prevenciones legales y sanciones previstas en el Art. 22 del mismo cuerpo jurídico (Borja, Reglamento General a la Ley del Anciano, 1992).

### **1.3.3 Ley Reformatoria a la Ley del Anciano**

Art. 1.- Son beneficiarios de esta Ley las personas naturales que hayan cumplido sesenta y cinco años de edad, sean éstas nacionales o extranjeras que se encuentren legalmente establecidas en el país. Para acceder a las exoneraciones o rebajas en los servicios públicos o privados estipulados en esta Ley, justificarán su condición únicamente con la cédula de ciudadanía o con el documento legal que les acredite a los extranjeros (Congreso Nacional, 2001).

### **1.3.4 Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno - Título II - Aplicación del Impuesto al Valor Agregado - Capítulo V - Devolución del Impuesto al Valor Agregado**

Art. 181.- Devolución de IVA a personas de la tercera edad.- Las personas de la tercera edad tienen derecho a que el IVA que paguen en la adquisición de bienes y servicios de su uso y consumo personal les sea reintegrado a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago, sin intereses, en un tiempo no mayor a (90) días de presentada su solicitud a la que adjuntarán originales o copias certificadas de los correspondientes comprobantes de venta y demás documentos o información que el Servicio de Rentas Internas requiera para verificar el derecho a la devolución.

Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamado.

Para establecer el monto máximo mensual que corresponde a la devolución de IVA mensual se tomará en cuenta una única base imponible máxima de consumo de hasta cinco remuneraciones básicas que corresponderá a las adquisiciones de bienes o prestación de servicios gravados con el impuesto (S.R.I., s. f.).

### **1.3.5 Normas para la Devolución de los Valores Pagados por Personas Adultas Mayores, del Impuesto al Valor Agregado (IVA) e Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), en la Adquisición de Bienes y/o Servicios, Para su Uso y Consumo Personal No. NAC-DGERCGC13-00636**

Artículo 1.- Alcance.- Se establece en la presente resolución, el procedimiento para la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) e Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), pagados por las personas adultas mayores, al adquirir o importar bienes y servicios para su uso y consumo.

Para acceder al derecho, el beneficiario debe haber cumplido sesenta y cinco (65) años de edad al momento de producirse la adquisición de bienes o servicios.

Artículo 2.- Periodicidad.- La solicitud de devolución se presentará por escrito ante el Servicio de Rentas Internas, por períodos mensuales. Se podrá acumular en una misma solicitud, hasta doce meses de un mismo año fiscal. Podrán presentarse varias solicitudes de devolución de un mismo período, siempre y cuando, se trate de nuevos comprobantes de venta no presentados anteriormente.

Artículo 3.- Límite a devolver.- El monto máximo mensual a devolverse, será el correspondiente al Impuesto al Valor Agregado y/o al Impuesto a los Consumos Especiales, calculados sobre una única base imponible máxima de consumo, de hasta cinco remuneraciones básicas unificadas del trabajador, vigentes al primero de enero del año en que se efectuó la adquisición.

Dichos valores deberán sustentarse en comprobantes de venta válidos o en una declaración aduanera de importación, emitidos a nombre del contribuyente, al adquirir o importar bienes o servicios, gravados con uno solo de estos impuestos o con ambos.

Artículo 4.- Devolución de impuestos en consumos de servicio telefónico.- El Servicio de Rentas Internas devolverá el saldo correspondiente al Impuesto al Valor Agregado, generado en servicios de telefonía fija, que no haya sido reintegrado automáticamente como un crédito directo en las facturas de consumo. En caso de no haberse acreditado este valor en la forma

indicada, el beneficiario podrá solicitar la devolución del total de dicho impuesto, sobre la base del correspondiente comprobante de venta, en la forma prevista en esta resolución.

Artículo 5.- De la Resolución de devolución.- El Servicio de Rentas Internas se pronunciará respecto de la solicitud de devolución a favor de personas adultas mayores, mediante acto administrativo debidamente motivado y acreditará los valores correspondientes, en la cuenta bancaria personal activa que el contribuyente mantenga en una institución financiera del país.

Artículo 6.- De la Notificación.- La notificación de la resolución del trámite se efectuará en el domicilio indicado en la respectiva solicitud. A falta de éste, si el peticionario tuviere RUC en estado activo, el acto administrativo, se notificará en el domicilio tributario que conste registrado.

Se podrá notificar la resolución del trámite de devolución, a través de medios electrónicos, únicamente en caso de que el beneficiario haya aceptado y suscrito un “Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos”, cuyo formato se encuentra publicado en el portal web institucional [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

Artículo 7.- Solicitudes físicas.- La solicitud de devolución podrá presentarse en las oficinas del Servicio de Rentas Internas, de acuerdo al formato publicado en el portal web institucional [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec) o disponible en cualquiera de sus oficinas a nivel nacional.

A la solicitud se deberá adjuntar los originales de los comprobantes de venta y/o de las declaraciones aduaneras de importación, o copias certificadas por el proveedor, ordenadas cronológicamente por mes, en los que deberá constar la cédula de identidad o ciudadanía, nombres y apellidos, fecha de emisión y los valores correspondientes al Impuesto al Valor Agregado y/o al Impuesto a los Consumos Especiales, debidamente desglosados.

Artículo 8.- Solicitudes electrónicas.- La solicitud de devolución podrá presentarse por internet, accediendo al portal web institucional del Servicio de Rentas Internas [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec), en la sección “SERVICIOS EN LÍNEA”. Para ello, previamente se deberá obtener una clave de seguridad, aceptar y suscribir el “Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos”. En estos casos, las notificaciones de los actos administrativos que emita la Administración Tributaria, se efectuarán únicamente a través del portal web institucional.

De efectuarse la solicitud por internet, no se requerirá ingresar la documentación física mencionada en el artículo anterior, debiendo únicamente presentar la información requerida en los anexos definidos por la Administración Tributaria para el efecto, publicados en su portal web, y conservar los comprobantes de venta y/o de las declaraciones aduaneras de importación, o copias certificadas por el proveedor, por el plazo de siete años, para los procesos de control posterior que la Administración Tributaria ejecute.

En todos los casos, la primera solicitud de devolución del IVA deberá ser presentada de manera física, en cualquiera de las oficinas a nivel nacional del Servicio de Rentas Internas, de acuerdo al artículo 7 de la presente Resolución.

Artículo 9.- Control posterior.- El Servicio de Rentas Internas verificará mediante procedimientos de control posterior, los montos reintegrados a favor de las personas adultas mayores. En caso de verificarse la devolución de valores superiores a los que corresponden de conformidad con la ley, la Administración Tributaria procederá a compensar automáticamente estos valores, incluyendo intereses, con futuras solicitudes de devolución que presenten dichos contribuyentes.

En tal virtud, sin perjuicio de lo indicado en los artículos precedentes, el Servicio de Rentas Internas, podrá solicitar a través de requerimientos de información, al peticionario o terceros, dentro del trámite o posterior al mismo, documentación adicional que permita verificar la validez y exactitud de la información proporcionada por los beneficiarios, dentro del procedimiento de devolución de impuestos.

Artículo 10.- De la responsabilidad por la solicitud.- Los datos que se encuentren registrados en la solicitud de devolución del IVA y sus documentos anexos, serán de exclusiva responsabilidad del sujeto pasivo. La información inexacta o falsa que cause perjuicio o induzca a error o engaño a la Administración Tributaria podrá ser sancionada de conformidad con la normativa tributaria vigente, sin perjuicio de las acciones administrativas, civiles y penales que pudieran iniciarse de conformidad con la ley.

DISPOSICIÓN GENERAL.- En caso de que las solicitudes físicas, señaladas en el artículo 7, se presenten por mandatarios o apoderados de los adultos mayores beneficiarios, se deberán adjuntar además, los siguientes documentos:

- i. Copia certificada ante notario del contrato de mandato en donde conste la autorización para solicitar la devolución del Impuesto al Valor Agregado y/o del Impuesto a los Consumos Especiales, a nombre del adulto mayor solicitante; o,
- ii. Copia certificada del poder en donde conste la autorización para solicitar la devolución del Impuesto al Valor Agregado y/o del Impuesto a los Consumos Especiales, a nombre del adulto mayor solicitante.

En ambos casos, tanto el mandato como el poder deberán estar acompañados de las respectivas copias de cédula de identidad o de ciudadanía –según corresponda–, del respectivo adulto mayor mandante, y del mandatario o apoderado.

Estos documentos se presentarán en futuras solicitudes, solo en el caso en que a la fecha de la presentación, haya cambiado la información contenida en los mandatos o poderes (Director General del Servicio de Rentas Internas, 2013).

### **1.3.6 Servicio de Rentas Internas – Aplicación de Beneficios Tributarios a Personas de la Tercera Edad - Información para apertura de cuentas bancarias y Formato de solicitud**

Para optimizar los tiempos de atención y garantizar acreditación de valores, en el proceso de devolución del IVA a las personas de la tercera edad que presenten las respectivas solicitudes; esta Administración Tributaria ha realizado invitaciones a varias Instituciones Financieras, con la finalidad de facilitar la apertura de cuentas bancarias a las personas de la tercera edad que accedan al beneficio de devolución del IVA y de conformidad con la Política de Acreditación de Valores emitido por el Servicio de Rentas Internas, en la cual se indica la eliminación del pago en efectivo a través de las ventanillas del Banco Pacifico, se pone en conocimiento del público un informativo referencial (Anexo 1) de las Instituciones Financieras que brindarán facilidades en la apertura de las mencionas cuentas.

Es importante tomar en cuenta que los contribuyentes pueden aperturar sus cuentas en la Institución Financiera de su preferencia, este informativo (Anexo 1) es una referencia sobre el mecanismo facilitado por algunas de ellas. Las instituciones descritas en el informativo, fueron las que respondieron a la invitación remitida por el SRI para participar en este proceso.

Las solicitudes de devolución del IVA deben ser presentadas en las oficinas del Servicio de Rentas Internas, registrando la información necesaria para una correcta atención y siguiendo las indicaciones detalladas en el formato de solicitud (Anexo 2). Las peticiones de devolución del IVA, deben contener la información completa de los datos de la cuenta en la que se solicita la acreditación de valores y los respectivos datos de contacto del solicitante, para permitir futuros contactos, por parte de la Administración Tributaria (S.R.I., s. f.).

### **1.3.7 Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios**

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas;
- b) Notas de venta - RISE;
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d) Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento.



Art. 11.- Facturas.- Se emitirán y entregarán facturas con ocasión de la transferencia de bienes, de la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con impuestos, considerando lo siguiente:

- a) Desglosando el importe de los impuestos que graven la transacción, cuando el adquirente tenga derecho al uso de crédito tributario o sea consumidor final que utilice la factura como sustento de gastos personales;
- b) Sin desglosar impuestos, en transacciones con consumidores finales; y,
- c) Cuando se realicen operaciones de exportación.

Art. 18.- Requisitos pre-impresos para las facturas, notas de venta, liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios, notas de crédito y notas de débito.- Estos documentos deberán contener los siguientes requisitos pre-impresos:

1. Número, día, mes y año de la autorización de impresión del documento, otorgado por el Servicio de Rentas Internas.
2. Número del registro único de contribuyentes del emisor.
3. Apellidos y nombres, denominación o razón social del emisor, en forma completa o abreviada conforme conste en el RUC. Adicionalmente podrá incluirse el nombre comercial o de fantasía, si lo hubiere.
4. Denominación del documento.
5. Numeración de quince dígitos, que se distribuirá de la siguiente manera:
  - a) Los tres primeros dígitos corresponden al número del establecimiento conforme consta en el registro único de contribuyentes;
  - b) Separados por un guión (-), los siguientes tres dígitos corresponden al código asignado por el contribuyente a cada punto de emisión dentro de un mismo establecimiento; y,
  - c) Separado también por un guión (-), constará el número secuencial de nueve dígitos. Podrán omitirse la impresión de los ceros a la izquierda del número secuencial, pero deberán completarse los nueve dígitos antes de iniciar la nueva numeración.
6. Dirección de la matriz y del establecimiento emisor cuando corresponda.
7. Fecha de caducidad del documento, expresada en día, mes y año, según la autorización del Servicio de Rentas Internas.
8. Número del registro único de contribuyentes, nombres y apellidos, denominación o razón social y número de autorización otorgado por el Servicio de Rentas Internas, del establecimiento gráfico que realizó la impresión.
9. Los destinatarios de los ejemplares. El original del documento se entregará al adquirente, debiendo constar la indicación “ADQUIRENTE”, “COMPRADOR”, “USUARIO” o cualquier leyenda que haga referencia al adquirente. Una copia la conservará el emisor o vendedor, debiendo constar la identificación “EMISOR”, “VENDEDOR” o cualquier leyenda que haga referencia al emisor. Se permitirá consignar en todos los ejemplares de los comprobantes de

venta la leyenda: original-adquirente/copia-emisor, siempre y cuando el original se diferencie claramente de la copia.

Art. 19.- Requisitos de llenado para facturas.- Las facturas contendrán la siguiente información no impresa sobre la transacción:

1. Identificación del adquirente con sus nombres y apellidos, denominación o razón social y número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) o cédula de identidad o pasaporte, cuando la transacción se realice con contribuyentes que requieran sustentar costos y gastos, para efectos de la determinación del impuesto a la renta o crédito tributario para el impuesto al valor agregado; caso contrario, y si la transacción no supera los US \$ 200 (doscientos dólares de los Estados Unidos de América), podrá consignar la leyenda “CONSUMIDOR FINAL”, no siendo necesario en este caso tampoco consignar el detalle de lo referido en los números del 4 al 7 de este artículo;

2. Descripción o concepto del bien transferido o del servicio prestado, indicando la cantidad y unidad de medida, cuando proceda. Tratándose de bienes que están identificados mediante códigos, número de serie o número de motor, deberá consignarse obligatoriamente dicha información.

En los casos en que se refiera a envíos de divisas al exterior, se deberá indicar el valor transferido al exterior y si la transacción se encuentra exenta del impuesto a la salida de divisas, junto con la razón de exención.

3. Precio unitario de los bienes o precio del servicio.

4. Valor subtotal de la transacción, sin incluir impuestos.

5. Descuentos o bonificaciones.

6. Impuesto al valor agregado, señalando la tarifa respectiva.

7. En el caso de los servicios prestados por hoteles bares y restaurantes, debidamente calificados, la propina establecida por el Decreto Supremo N° 1269, publicado en el Registro Oficial N° 295 del 25 de agosto de 1971. Dicha propina no será parte de la base imponible del IVA.

8. En el caso de que se refiera a servicios para efectuar transferencias de divisas al exterior, prestados por agentes de percepción del impuesto a la salida de divisas, se consignará el impuesto a la salida de divisas percibido.

9. En el caso de las ventas efectuadas por los productores nacionales de bienes gravados con el ICE, se consignará el impuesto a los consumos especiales por separado.

10. Importe total de la transacción.

11. Signo y denominación de la moneda en la cual se efectúa la transacción, únicamente en los casos en que se utilice una moneda diferente a la de curso legal en el país.

12. Fecha de emisión.

13. Número de las guías de remisión, cuando corresponda.

14. Firma del adquirente del bien o servicio, como constancia de la entrega del comprobante de venta.

Cada factura debe ser totalizada y cerrada individualmente, debiendo emitirse conjuntamente el original y sus copias o, en el caso de utilización de sistemas computarizados autorizados, de manera consecutiva. En el caso de facturas emitidas por sistemas computarizados autorizados por el Servicio de Rentas Internas, que tuvieran más de una página, deberá numerarse cada una de las páginas que comprende la factura, especificando en cada página el número de la misma y el total de páginas que conforman la factura (Correa, 2010).

## **1.4 MARCO DEMOGRÁFICO**

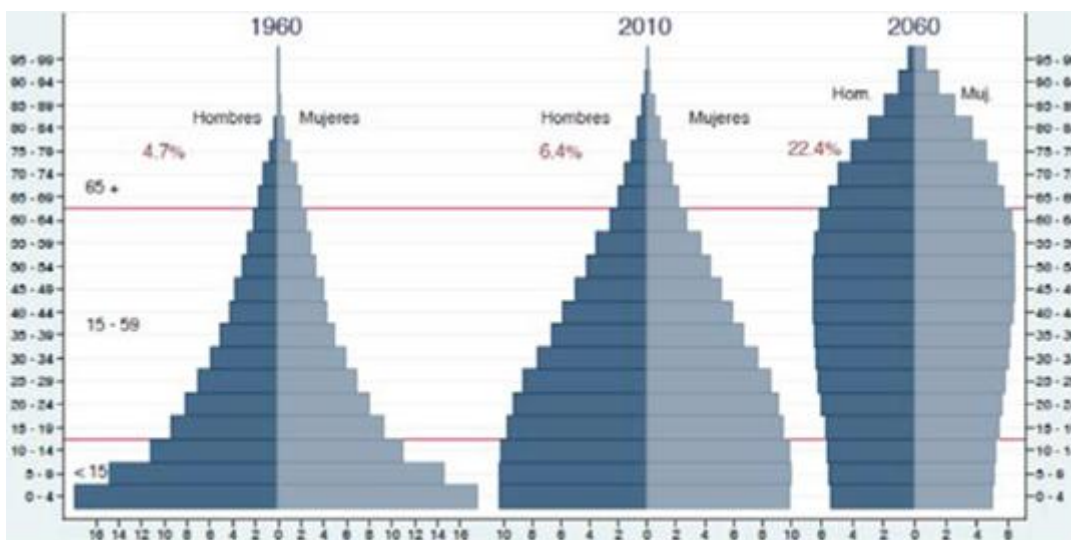
En el año 2010 el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos realizó el último censo nacional de población y vivienda. Sus resultados permiten establecer datos demográficos del grupo de adultos mayores, así como determinar proyecciones y estimaciones.

En el Ecuador viven en total 14'483.499 habitantes, de los cuales 940.905 tienen más de 65 años, lo que equivale al 6.5% de la población. Distribuyendo a la población nacional adulta mayor por género se determinó que existe un 53% de mujeres y 47% de hombres.

El envejecimiento es un proceso que no sólo afecta a las personas, sino que también ocurre en las poblaciones, y es lo que se llama el envejecimiento demográfico. Se produce por el aumento en la importancia relativa del grupo de adultos mayores y la disminución en la importancia porcentual de los menores, como consecuencia de la caída de la natalidad. Este proceso de cambio en el balance entre generaciones está ocurriendo en América Latina y en Ecuador de una manera mucho más rápida que la ocurrida en países desarrollados. Latinoamérica debe enfrentar los retos de este proceso con menos recursos y más premura de la que tuvieron los países ricos. El Ecuador se muestra como un país en plena fase de transición demográfica, este fenómeno demuestra que los adultos/as mayores al 2010 representan el 7% de la población del Ecuador y al 2050 representarán el 18% de la población. El envejecimiento poblacional es uno de los fenómenos de mayor impacto de nuestra época (MIES, 2012-2013, pág. 9).

De acuerdo con los últimos estudios demográficos a escala nacional, en las próximas décadas la pirámide poblacional perderá su forma triangular (con jóvenes en la base) para adquirir un perfil rectangular abultado en la cúspide (Figura 1), propio de sociedades envejecidas (MIES, 2012-2013, pág. 41).

**Figura 1 EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE POBLACIONAL DEL ECUADOR**



**Fuente:** CEPAL. Proyecciones de Población.

**Elaboración:** INIGER MIES 2011

Para el 2010-2015 la CEPAL ha estimado que la esperanza de vida al nacer en el Ecuador llega a los 75,6 años de edad: 72,7 para los hombres y 78,7 años para las mujeres. Esta esperanza de vida, que es de casi un año mayor a la de Latinoamérica, en su conjunto denota una mejora extraordinaria, ya que a mediados del siglo anterior los ecuatorianos esperaban vivir tan sólo 48,3 años. En seis décadas este indicador fundamental de las condiciones de vida de la población aumentó en cerca de 30 años (MIES, 2012-2013, pág. 43).

La condición socioeconómica de este sector de la población es de vital importancia para la presente tesis y en especial para la determinación de clientes potenciales. De acuerdo a la información censal los adultos mayores en el Ecuador viven en condiciones socioeconómicas deficitarias en su mayoría. El 57.4% que equivale a 537.421 personas, maneja condiciones de pobreza y extrema pobreza (Ayala, 2013). Definiendo como pobreza y extrema pobreza a la relación negativa entre ingreso y costo de la canasta vital.

Para el año 2009, las características de ocupación de las personas adultas mayores indicaba que 56% de esta población obtenía ingresos económicos por cuenta propia, 25% refería estar en condiciones de asalariados, 7% en calidad de patronos, 10% realizaba oficios con familiares sin remuneración y 2,1% estaba en el servicio doméstico (MIES, 2012-2013, pág. 46).

El censo del año 2010 permite evidenciar el modesto nivel educativo que este grupo de la sociedad alcanza, donde apenas el 13% de hombres y el 11% de mujeres terminó la educación secundaria. El ciclo primario y básico lo completaron tan sólo el 54.9% de las

personas adultas mayores. Uno de cada cuatro adultos mayores es analfabeto, dato determinante, puesto que, el autor de esta tesis infiere que el temor que muchos de los adultos mayores experimentan al momento de enfrentarse a un trámite ante una dependencia del sector público se origina en esta falencia, que debe ser bien atendida y explotada por la empresa que se pretende crear.

El 68,5% de las personas adultas mayores se declara propietario de su vivienda... el acceso a la luz eléctrica de las personas adultas mayores alcanza el 96,2%; los servicios higiénicos con conexión de agua, el 73,9%; y el alcantarillado tan solo el 55,5% (MIES, 2012-2013, pág. 52).

El 75 % de la población mayor a 65 años no cuenta con afiliación a un seguro de salud; y solo el 23% de la población con 60 años o más está afiliada al IESS. La Figura 2 muestra la población beneficiaria y no beneficiaria de aseguramiento. El sistema de seguridad social de las personas adultas mayores y su grado de participación en la actividad económica están relacionados. En países como el Ecuador, en que el sistema de protección social a los adultos mayores es débil, su participación en la fuerza laboral es alta (33.2%). Se debe a que no tienen otra alternativa que su trabajo para generar ingresos que cubran sus necesidades de consumo y las de su familia, situación que se torna particularmente difícil cuando sobrevienen enfermedades catastróficas, por la mencionada ausencia de un seguro de salud. Sin embargo, este desequilibrio ha sido compensado con la implementación de la jubilación universal no contributiva, que pasa a constituirse en la mayor fuente de protección social para las personas adultas mayores (57%). Los criterios son los de igualdad y universalidad (MIES, 2012-2013, pág. 54).

**Figura 2 PERSONAS ADULTAS MAYORES Y ASEGURAMIENTO**

Tipo de aseguramiento	No. P.A.M	% de P.A.M
IESS	212722	22.6
ISFFA	13.394	1.4
ISPOL	6.492	0.7
Jubilación no contributiva	536185	57,0
Sin aseguramiento	172112	18.3
Total	940905	100

**Fuente:** INEC. Censo de población y vivienda 2010.

La situación de los adultos mayores del cantón Rumiñahui fue parte del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Rumiñahui 2012 – 2025, a continuación se citan varios aspectos:

- En Rumiñahui del total de adultos mayores, el 20.16% está inserto en la producción económica. En el Cantón Rumiñahui existen pocas instituciones que brindan atención integral a la población del adulto mayor, entre ellas están las siguientes:
- La Casa de la Niñez, Juventud y Tercera Edad en el Cantón Rumiñahui.
- La Corporación Acción Social y Comunitaria de Rumiñahui regenta desde 1993 el Hogar del Adulto Mayor San Ignacio de Loyola, en el sector de Cashapamba.
- El Hogar La Esperanza de las Fuerzas Armadas.
- Fundación Ayuda - Programa de Atención Domiciliaria para el Adulto Mayor.
- MIES: por medio del Programa Aliméntate Ecuador con el Proyecto de Atención Integral al Adulto Mayor.

Por otra parte, es preciso mencionar que existen algunas organizaciones y colectivos del Adulto Mayor, que han logrado promover la participación de este sector en torno a algunos intereses de participación, salud, educación, religión, recreación, arte, música, entre otros. El grupo que ha logrado mayor incidencia ha sido el de los Pensionistas y Jubilados, quienes tienen como objetivo impulsar la construcción y funcionamiento del hospital del IESS en el cantón. De otro lado, la Asociación de Diabéticos e hipertensos, se ha generado con el impulso del área de Salud No. 15 extendiéndose a 9 zonas en las cuales están ubicadas las Unidades operativas (GADMUR, 2012).

El censo del INEC del año 2010 muestra al cantón Rumiñahui con una población de 85.852 habitantes, 4.712 que pertenecen al área rural y 81.140 ubicados en el área urbana (Figura 3).

**Figura 3 POBLACIÓN POR PARROQUIAS SEGÚN SEXO**

PARROQUIAS/CANTON	POBLACIÓN		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Parroquia Matriz Sangolquí Área Rural	3043	3017	6060
Parroquia Matriz Sangolquí Área Urbano	25425	26769	52194
<b>Parroquia Matriz Sangolquí Total</b>	<b>28468</b>	<b>29786</b>	<b>58254</b>
Parroquia Urbana San Rafael	3186	3513	6699
Parroquia Urbana San Pedro De Taboada	7915	8272	16187
SANGOLQUI URBANO TOTAL	36526	38554	75080
SANGOLQUI RURAL TOTAL	3043	3017	6060
<b>TOTAL PARROQUIAS UBANAS</b>	<b>39569</b>	<b>41571</b>	<b>81140</b>
COTOGCHOA	1949	1988	3937
RUMIPAMBA	399	376	775
<b>TOTAL PARROQUIAS RURALES</b>	<b>2348</b>	<b>2364</b>	<b>4712</b>
<b>CANTÓN TOTAL</b>	<b>41917</b>	<b>43935</b>	<b>85852</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010, PD y OT 2011.

**Elaboración:** Equipo Técnico PD y OT 2011.

Clasificando la información por grupos de edad se puede observar en la Figura 4 que el porcentaje de adultos mayores en el Cantón Rumiñahui corresponde al 6.66 %.

**Figura 4 POBLACIÓN CANTONAL POR GRUPOS DE EDAD**

POBLACION CANTONAL POR GRUPOS DE EDAD				
GRUPOS DE EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL	%
NIÑOS/AS (0 - 11 AÑOS)	9259	8935	18194	21,19
ADOLESCENTES (12 - 17 AÑOS)	4758	4570	9328	10,87
JOVENES (18 - 28 AÑOS)	8497	8789	17286	20,13
ADULTOS/AS (29 - 64 AÑOS)	16807	18523	35330	41,15
ADULTOS/AS MAYORES (65 y más)	2596	3118	5714	6,66
<b>TOTAL</b>	<b>41917</b>	<b>43935</b>	<b>85852</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010, PD y OT 2011.

**Elaboración:** Equipo Técnico PD y OT 2011.

Finalmente, la Figura 5 muestra los datos poblacionales proyectados hasta el año 2025, los mismos que son de mucha utilidad para el presente plan de negocio.

**Figura 5 PROYECCIÓN DE POBLACIÓN CANTONAL Y POR PARROQUIAS**

AÑOS	SANGOLQUI	COTOGCHOA	RUMIPAMBA	TOTAL
<b>TC</b>	2001- 2010		2,94	
2001	62562	2843	477	65882
2010	81140	3937	775	85852
<b>PROYECCION 2025</b>				
2011	82971	3770	633	87374
2012	85448	3883	651	89982
2013	87999	3999	671	92669
2014	90626	4118	691	95435
2015	93331	4241	712	98284
2016	96118	4368	733	101219
2017	98987	4498	755	104240
2018	101943	4633	777	107353
2019	104986	4771	800	110557
2020	108120	4913	824	113857
2021	111348	5060	849	117257
2022	114673	5211	874	120758
2023	118096	5367	900	124363
2024	121622	5527	927	128076
2025	125253	5692	955	131900

**Fuente:** Censo INEC 2010.

**Elaboración:** Equipo Técnico GADMUR 2011.

## 1.5 MARCO GEOGRÁFICO

El presente estudio centra su atención en el cantón Rumiñahui, básicamente por ser uno de los cantones luego de los principales como Quito, Guayaquil y Cuenca que más tributa en el país. Ocupa el cuarto lugar entre los cantones que más recaudación acumulan en el país como lo muestra la Tabla 2.

**Tabla 1 Recaudación Efectiva - Consolidado Nacional – Enero Diciembre 2013**

PROVINCIA CIUDAD	TOTAL RECAUDADO
AZUAY	40.877.085.08
CUENCA	39.559.022.24
EL ORO	10.469.604.64
MACHALA	7.662.291.89
ESMERALDAS	3.291.133.27
ESMERALDAS	2.053.148.60
GUAYAS	268.823.611.52
GUAYAQUIL	254.197.097.33
IMBABURA	5.324.046.87
IBARRA	3.374.009.77
LOJA	5.645.552.88
LOJA	4.765.952.56
LOS RIOS	4.760.519.48
BABAHOYO	1.836.606.71
MANABI	18.513.647.13
MANTA	7.242.988.43
PICHINCHA	585.355.927.14
CAYAMBE	1.244.238.02
MEJIA	949.508.24
PEDRO MONCAYO	581.244.85
PEDRO VICENTE MALDONADO	179.764.55
PUERTO QUITO	134.522.12
QUITO	564.241.190.96
<b>RUMIÑAHUI</b>	<b>17.962.373.72</b>
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	63.084.68
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	5.263.139.14
SANTO DOMINGO	4.993.494.44
TUNGURAHUA	12.391.561.67
AMBATO	11.370.870.04
NO ASIGNADO	4.623.729.23
NO ASIGNADO	4.623.729.23
<b>Total general</b>	<b>993.225.700.84</b>

**Notas.** Fuente: Área de Previsiones y Estadísticas. Dirección Nacional de Planificación y Coordinación

No contiene recaudación por concepto de IVA e ICE Importaciones porque esta información a la fecha no ha sido replicada por SENA E.

El valor de NO ASIGNADO corresponde a cifras de recaudación de personas naturales no registradas en el RUC.

Fecha de Corte: 20 de enero 2013

El cantón Rumiñahui es uno de los ocho cantones que integran la en la provincia de Pichincha, y se encuentra ubicado en el centro de la misma en el Valle de los Chillos, al sur de la ciudad de Quito, capital de la República del Ecuador. La cabecera cantonal es Sangolquí.

El cantón Rumiñahui mediante Registro Oficial N° 179, del 2 de junio de 1938 decreta elevar de categoría a la parroquia Sangolquí, tomando como nombre Rumiñahui y la cabecera cantonal la ciudad de Sangolquí;... Para el año 1987 se realiza la declaratoria de las parroquias urbanas de la cabecera cantonal Sangolquí conformada por las parroquias urbanas San Rafael,



San Pedro de Taboada y la parroquia Matriz Sangolquí; se definen entre las parroquias rurales y urbanas del cantón así como también las zonas urbanas, con los respectivos límites, de acuerdo al Registro Oficial N° 838 del 23 de Diciembre de 1987 El cantón se encuentra limitado de la siguiente manera:

Al norte: con el Distrito Metropolitano de Quito; el río San Pedro como límite natural, los mismos que se encuentran unidos por la Autopista General Rumiñahui que une diferentes parroquias de los dos cantones, y es el medio para llegar hacia Quito.

Al sur: con el cantón Mejía y el Cerro Pasochoa. Al este: con el Distrito Metropolitano de Quito, con las parroquias rurales de Alangasí y Pintag, cuyo límite natural es el río Pita; y

Al oeste: con el Distrito Metropolitano de Quito con las parroquias rurales Amaguaña y Conocoto cuyo límite natural es el río San Pedro.

El cantón Rumiñahui se encuentra constituido dentro de su cabecera cantonal Sangolquí por tres parroquias urbanas: San Pedro de Taboada, San Rafael, la parroquia Matriz Sangolquí y dos parroquias rurales Cotogchoa y Rumipamba (GADMUR, 2012) lo que se visualiza en la Figura 6.

**Figura 6 ORGANIZACIÓN TERRITORIAL: Área y Densidad Poblacional**

PARROQUIAS/CANTON	AREA (km <sup>2</sup> )	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIONAL (hab/km <sup>2</sup> )
SANGOLQUI	50,42	58254	1175
SAN RAFAEL	2,55	6699	2637
SAN PEDRO DE TABOADA	5,11	16187	3125
<b>TOTAL PARROQUIAS UBANAS</b>	<b>58,08</b>	<b>81140</b>	<b>1416</b>
COTOGCHOA	35,35	3937	108
RUMIPAMBA	42,25	775	18
<b>TOTAL PARROQUIAS RURALES</b>	<b>77,60</b>	<b>4712</b>	<b>60</b>
<b>CANTÓN TOTAL</b>	<b>135,68</b>	<b>85852</b>	<b>632</b>

**Fuente:** Censo INEC 2010, PD y OT 2011.

**Elaboración:** Equipo Técnico PD y OT 2011.

El capítulo 1 permite concluir que el plan de negocios es un tema ampliamente difundido, así como el de creación de empresas. El tema de asesorías no es un tema muy teorizado y de hecho son muy pocos los autores que lo desarrollan de forma científica. El tema de la asesoría tributaria a personas de la tercera edad en el mundo tiene varios avances, pero su desarrollo en el Ecuador es muy incipiente. Finalmente, el entorno legal es propicio para que la evidente, pero desinformada demanda del cantón Rumiñahui, acceda al servicio, experimente y lo incluya dentro de sus consumos habituales.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA UTILIZADA, PLAN DE NEGOCIO Y VALORACIÓN DE LA PROPUESTA**

En este capítulo se detalla de inicio la metodología, el enfoque metodológico y las diferentes técnicas e instrumentos que se emplearon para el presente estudio.

Como parte esencial del capítulo se desarrolla el plan de negocio. Se hace una descripción del servicio y de los factores que indican en el mismo. Luego se elabora la investigación del mercado. Se detalla lo que se precisa para la creación de la empresa y los requerimientos del plan de negocio. Se despliega el estudio financiero que permita detectar la viabilidad del plan.

Finalmente, se registra la opinión de especialistas que valoran la propuesta y emiten sus diferentes criterios.

### **2.1 METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO**

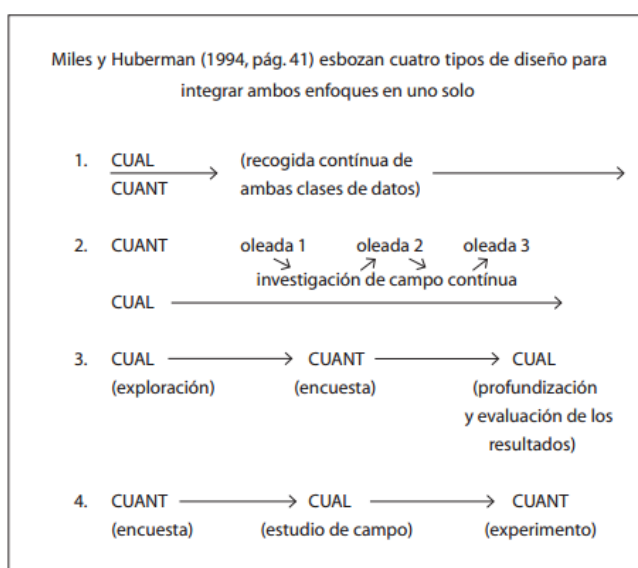
La metodología de investigación apropiada para el presente estudio y que se utilizó, es la denominada descriptiva, debido a que lo que se busca es información relevante sobre las características del mercado meta, así como todo asunto y consideración relacionados con el servicio que se procura ofrecer. Siendo que “los estudios descriptivos pueden ofrecer la posibilidad de predicciones aunque sean rudimentarias” (Hernández, Fernández, & Baptista , 1997), la información resultante sirve de base para la elaboración del plan de negocio y contribuye con información valiosa para los posibles inversionistas o socios.

#### **2.1.1 ENFOQUE METODOLÓGICO ASUMIDO**

Definir el enfoque metodológico es la tarea que antecede a fijar cómo se recogerán los datos, como serán estudiados y finalmente explicados. De forma general, se identifican dos enfoques metodológicos: el cualitativo y el cuantitativo. Cada uno se distingue por su lógica interna: bosquejo de investigación, técnicas y mecanismos que se utilizan para recolectar la información, tipo de información lograda, entre otras características.

“Si bien inicialmente —y algunos autores mantienen esa posición— los métodos cualitativos se diseñaron como una crítica al enfoque cuantitativo, en los últimos años se ha manifestado una tendencia a combinar ambas estrategias” (Aravena, Kimelman, Micheli, Torrealba, & Zúñiga, 2006, pág. 96).

**Figura 7 Diseños para la integración de la investigación cualitativa y cuantitativa**



Fuente: Adaptado de Miles y Huberman, 1994, pág. 41.

El diseño 3 de la Figura 7 fue el que se utilizó en el presente estudio, se inicia la investigación bajo un enfoque cualitativo, a continuación se adoptan como componentes del enfoque cuantitativo el diseño exploratorio para el diagnóstico y el método de evaluación a través de especialistas, para volver al enfoque cualitativo que permita la evaluación de los resultados.

### **2.1.2 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS EMPLEADOS EN LA INVESTIGACIÓN**

Para recalcar en la sustancia del fenómeno estudiado, se integraron, métodos de nivel teórico, empírico y estadístico-matemático. Los métodos del nivel teórico permitieron el levantamiento del marco teórico, el diseño teórico y metodológico de la investigación, la elaboración del plan de negocio y el diagnóstico de su viabilidad. Los métodos empíricos, evidenciaron y clarificaron la situación del objeto en el diagnóstico para la creación del plan de negocio, así como la valoración de la propuesta científica. Mientras que los métodos estadísticos matemáticos, contribuyeron en la cuantificación y el procesamiento de los datos para su interpretación, contribuyendo a la elaboración de conclusiones y sobre todo de afirmaciones que inviten a la inversión para la creación de la empresa según el plan propuesto.

Del nivel teórico se utilizaron el analítico sintético, el inductivo, deductivo y el sistémico estructural. Los métodos empíricos coadyuvaron a la fidelidad y viabilidad del plan de negocio propuesto como respuesta al problema científico, se utilizaron la observación, el

análisis documental, la entrevista y la encuesta. Los métodos estadísticos matemáticos utilizados fueron el análisis porcentual y el análisis de frecuencias.

Los métodos empíricos se puntualizaron en mecanismos o instrumentos para la recopilación de la información, tal como se precisa a continuación, bajo un ordenamiento cronológico aplicado.

La observación se produjo en las instalaciones del SRI del sector de La Mariscal. “La observación participante es un ingrediente fundamental de la metodología cualitativa y designa la investigación que implica la interacción social entre el investigador y quienes forman parte del escenario natural que se va a observar” (Aravena, Kimelman, Micheli, Torrealba, & Zúñiga, 2006, pág. 55). Por ello, en diciembre del año 2013 el autor de esta tesis se ofreció a ayudar desinteresadamente a dos ancianas que no encontraron respuesta de los funcionarios públicos presentes, lo que le permitió por el espacio de una hora evidenciar lo difícil que puede ser para un adulto mayor realizar un trámite de devolución de impuesto al valor agregado (IVA) e impuesto a los consumos especiales (ICE).

El análisis de documentos permitió conocer información sobre el estado actual de la devolución de impuestos a las personas de la tercera edad. Fueron revisados a profundidad todos los reglamentos, leyes y demás legislación que tiene que ver con el tema objeto del estudio. También, se revisaron documentos de índole económica, financiera y de actualidad sobre el entorno que rodea a los emprendimientos en el Ecuador. Además, se examinaron documentos oficiales de información histórica y proyectada de diferentes índices, como el de inflación, tasa de interés, salario mínimo vital, entre los principales.

La entrevista individual semiestructurada, se aplicó a un funcionario del ente tributario que colaboró con información fundamental para el estudio, y cuyos resultados (en color azul) se plasman en el Anexo 3. Además, se solicitó formalmente (Anexo 4) a la autoridad tributaria la misma información que se logró con la entrevista individual semiestructurada con el propósito de corroborar la indagación, recibiendo muy pocas respuestas de todas las solicitadas, lo que se observa en el mail de respuesta que constituye el Anexo 5. Sin embargo, de los pocos datos obtenidos por medio del oficio, se observa una fuerte correlación de coincidencia entre la entrevista y el mail de respuesta.

Una encuesta adicional fue aplicada a tres especialistas, seleccionados de acuerdo a criterios explicados más adelante, con el propósito de someter el producto de este trabajo a una evaluación objetiva. El Anexo 6 muestra la secuencia de las preguntas que se plantearon.

El cuestionario (Anexo 7) que se empleó para realizar la encuesta, se aplicó al mercado meta bajo criterios y parámetros examinados más adelante cuando se trate el tema de la

investigación del mercado. Sin embargo, se menciona que se utilizó la técnica de sondeo de opinión sobre una pequeña muestra, con el propósito de establecer el porcentaje de respuestas afirmativas (p) y el de respuestas negativas (q) a la propuesta de contratar una asesoría tributaria de las características planteadas.

“Se denomina triangulación a la combinación dentro de un mismo estudio de distintos métodos de recolección de información o de fuentes de datos” (Aravena, Kimelman, Micheli, Torrealba, & Zúñiga, 2006, pág. 91). Se logró proteger al estudio de la tendencia del investigador debido a que la encuesta al funcionario público, fue convalidada con la información que arrojó la encuesta al mercado meta y además con lo que se observó de forma inicial.

## **2.2 PLAN DE NEGOCIO**

### **2.2.1 DESCRIPCIÓN Y FACTORES QUE INCIDEN EN EL SERVICIO**

#### **2.2.1.1 Explicación de la asesoría tributaria a ofertar**

La asesoría tributaria es el servicio al que el presente plan dirige su estudio, dado que es una necesidad de las personas de la tercera edad, que se ve reflejada en la investigación de mercado más adelante.

El plan se ha diseñado para ser creado específicamente en la ciudad de Sangolquí, con el propósito de atender a los adultos mayores del Cantón Rumiñahui.

El servicio que se planea brindar consiste en:

- Una primera etapa informativa que permita que el cliente concientice su derecho a solicitar la devolución de los impuestos y conozca de todos los pormenores. Entre los principales, se le debe instruir acerca de: los requisitos indispensables de llenado de los comprobantes de venta, los requisitos indispensables preimpresos que deben tener los comprobantes de venta, los tipos de comprobantes de venta y en especial que sepa que únicamente la factura es habilitante para solicitar devolución de impuestos. También debe conocer qué es el impuesto al valor agregado (IVA) y el impuesto a los consumos especiales (ICE), y sobre todo cómo se calcula y dónde viene registrado.
- El cliente debe conocer con exactitud que existe un límite máximo mensual a devolverse, que corresponde tanto al IVA como al ICE de sus consumos, establecida en una única base imponible de hasta cinco remuneraciones básicas, por la tarifa de los impuestos. Para el año 2014 este valor alcanza los \$204, que viene de multiplicar \$340 que es el salario

mínimo vital vigente, por cinco veces y por el doce por ciento del impuesto. En este punto, es necesario aclarar que si bien la ley especifica que la devolución se aplica tanto al IVA como al ICE, para efectos de cuantía máxima mensual no contempla el porcentaje de ICE (15% mínimo) sino el del IVA que es de apenas el 12%.

- Se debe solicitar al cliente toda la documentación (copia de cédula y certificado bancario) e información necesarias para presentar en las oficinas del SRI el formulario de solicitud para aplicación de beneficios tributarios (Anexo 2).

- La ley faculta para que el trámite de inscripción y los posteriores trámites de solicitud para aplicación del beneficio, puedan efectuarse a través de un tercero. Para ello, se establece que la solicitud debe acompañarse de una autorización simple suscrita por el beneficiario.

- Es de vital importancia, recalcar al cliente y manejar con claridad los plazos que el SRI contempla para efectuar las devoluciones, los mismos que van de 30 a 180 días, pero que en la práctica no superan los 60 días como máximo. Además, el cliente debe saber que, la única manera que la ley contempla para la devolución en la actualidad es por medio de crédito a cuenta bancaria.

- Finalmente, como se evidencia más adelante, el cliente de este tipo de asesoría, prefiere en su mayoría recibir el servicio en su domicilio. Por lo que, se contempla dos tipos de mecanismo, uno que se brinde directamente en las oficinas de la empresa que se cree y otro que se brinde en el domicilio del cliente.

### **2.2.1.2 Diagrama del servicio**

El plan contempla varias estrategias de mercado con el propósito de captar clientes. Una vez que el adulto mayor manifieste interés, se le facilita información personalizada del servicio que se ofrece, a través de una visita directa al cliente o recibiendo la visita del cliente en las instalaciones de la empresa. Esta visita no tendrá costo alguno para el posible cliente.

Cuando exista el acuerdo formal para contratar el servicio, se procede a una breve capacitación en la que se informa al cliente de los pormenores que rodean la devolución de impuestos. La orientación se refuerza con la entrega de un útil instructivo, que contenga sobre todo ejemplos prácticos.

El siguiente paso es diligenciar por el cliente el formulario de solicitud para aplicación de beneficios tributarios (Anexo 2). Esto incluye los cálculos y la validación de las facturas que se debe realizar para determinar el valor de los impuestos que se solicita devolver.

Posterior a contar con el formulario y los documentos habilitantes, la empresa por medio de uno de sus empleados ingresa el trámite en el SRI.

El plazo que el cliente espera hasta que la devolución de sus impuestos se acredite en su cuenta en la práctica no supera los 60 días.

La frecuencia del servicio depende del cliente, pero por datos que arrojó la encuesta y que se analizan más adelante, la preferencia es a solicitar la devolución de impuestos de forma mensual. El diagrama del servicio puede apreciarse en el Anexo 9.

### **2.2.1.3 Aspectos que afectan el servicio**

“El entorno empresarial es el conjunto de todos los elementos externos de la organización relevantes para su actuación” (Varo, 1994, pág. 218). Cada uno, en dimensiones diferentes influye y condiciona a la actividad empresarial. A continuación, se analizan los que a criterio del autor, son de vital importancia conocer y avizorar para el éxito esperado.

#### **2.2.1.3.1 Factor económico**

Se analiza en primer lugar este factor por cuanto es el que principalmente incide en la toma de decisiones de cualquier emprendimiento. A propósito de esto, “una de cada tres personas en Ecuador emprende. Sin embargo, especialistas explican que este indicador genera preocupación, pues... estas empresas fueron creadas por necesidad, muestran poca generación de empleo y están en áreas... que no desarrollan valor agregado” (El Universo, 2014).

Los últimos tres años se han caracterizado por una tendencia a la baja de la tasa de crecimiento de la economía (2011=7.79, 2012=5.14 y 2013=4.5), lo que no variará para el 2014 según el FMI, que proyecta un crecimiento del 4.04%. Es importante distinguir que en su gran mayoría, este crecimiento de la economía, ha sido impulsado por la inversión desde el sector público. Los altos ingresos petroleros y la recaudación tributaria han sostenido este modelo, pero para el presente año y con el propósito de seguir en esta vertiente de crecimiento continuo (que supera al del promedio regional que se estima en 3.2 para el 2014) ya se han anunciado una mayor extracción minera y la inminente explotación del Yasuní.

Los niveles de crecimiento experimentados en los últimos años tienen incidencia sobre todo en tres variables económicas importantes. Por un lado, la tasa de desempleo se ha reducido desde el año 2009 cuando se ubicó en el 7.93% (Anexo 10), a pesar de que, el subempleo mantiene niveles preocupantes que promedian el 50%. La tasa de pobreza ha experimentado también desde el año 2009 (cuando se encontraba en el 36%) una disminución constante (Anexo 11) lo que vislumbra un mejor escenario para el plan, ya que el mercado meta al que se intenta servir, es uno de los que más afectación tienen en este índice.. La inflación muestra

un desempeño aceptable (Anexo 12), se debe destacar que Ecuador es uno de los países de América del Sur que mayor desaceleración ha experimentado en sus precios en la última década. La proyección de este índice para los siguientes cinco años de 3.98%, fue calculada por el autor de la tesis, tomando como referencia los últimos cinco años, y la misma, sirve para el cálculo del incremento de los costos del servicio e inversiones que se pretende ofertar.

El salario mínimo vital es otro de los parámetros importantes para el presente estudio, ya que este valor, que se incrementa en el mes de enero cada año, es la base para el cálculo de la cantidad máxima de devolución de impuestos para las personas de la tercera edad. El Anexo 13 muestra la evolución que ha tenido en los últimos siete años. La tasa de incremento, calculada por el autor de la tesis, tomando como referencia los últimos seis años de 9.07, es una de las variables que se requieren para calcular el valor de las ventas anuales del negocio.

La tasa de interés activa, que es la que las instituciones del sistema financiero cobran por los préstamos que otorgan, ha sido constante a partir del año 2008. El Banco Central del Ecuador y la Superintendencia de Bancos y Seguros, han ejecutado diferentes acciones y controlado el mercado financiero llevando incluso a una tasa activa referencial de 8.17% en el año 2013. Como es de suponer, el presente plan requiere de recursos para la puesta en marcha de la empresa y por ello se utiliza una tasa activa de 16.30% anual en el primer año de operaciones (Anexo 14).

El Ecuador es un país que posee un alto nivel de vinculación respecto de la evolución de la economía internacional. El impacto que genera en la economía local, la actuación de las grandes potencias, así como la de los países de la región, es de vital importancia mencionar y medir continuamente para evitar el fracaso económico y financiero del negocio.

Una de las últimas medidas anunciadas por el gobierno actual de poner en funcionamiento un sistema de dinero electrónico, ha generado alarmas en varios sectores productivos. Si este sistema tiene como sustento la emisión inorgánica, el país soportaría un grave problema, “que consistiría en iniciar la desdolarización y con ello la adopción de una nueva moneda,... impulsando sobre todo en los primeros meses posteriores a esa medida, fuertes devaluaciones sucesivas, inflación galopante, freno del crecimiento económico y regreso de un porcentaje importante de la población a situaciones de pobreza” (Luna, 2014).

#### **2.2.1.3.2 Factor político – social**

Con un modelo político consolidado en el Ecuador a través de las múltiples victorias en las urnas, se debe analizar lo que el actual gobierno denomina como el nacimiento del Estado del Bienestar en el Ecuador. El gasto público en educación, sanidad, vialidad y su frecuente



enfrentamiento contra las clases denominadas peluconas, ha determinado un camino que le ha permitido ganar adeptos entre las grandes masas.

El más importante paso que ha dado este gobierno en favor de los adultos mayores, fue el establecimiento a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social de la Agenda de Igualdad para Adultos Mayores. “La materialización de estas agendas implica articular y fortalecer políticas públicas, planes, programas, proyectos y acciones que garanticen el cumplimiento de los derechos de nuestros adultos mayores, para transformar los patrones socioculturales y alcanzar el buen vivir” (MIES, 2012-2013, pág. 7).

Siendo así, el mercado meta, está siendo atendido en sus diferentes necesidades básicas, y podrá destinar recursos cada vez mayores a otro tipo de bienes y servicios que generan impuestos y por ende favorecen el negocio que se planea en este estudio.

#### **2.2.1.3.3 Factor legal**

La Ley de Consultoría del Ecuador en su artículo 3 establece que: “son servicios de apoyo a la consultoría los auxiliares que no implican dictamen o juicio profesional” (H. Congreso Nacional, 2004, pág. 1). El artículo 1 de la misma ley no menciona a la tributación dentro de las ciencias que abarca el ámbito de la ley. Dado que el negocio es el de asesoría tributaria, queda claramente delimitado que no está amparado, ni obligado por los términos de la Ley de Consultoría del Ecuador.

Por ahora, en el Ecuador la entrega física del comprobante de venta es obligatoria a cada cliente. Sin embargo, el autor de esta tesis, siempre ha estimado conveniente que para facilitar este beneficio a los adultos mayores, la figura de devolución de impuestos, debería cambiarse por una de rebaja directa de los impuestos, en el momento de la compra del bien o la adquisición del servicio. Si este cambio legal se diera, el negocio no tendría soporte.

#### **2.2.1.3.4 Factor cultural**

Desde la perspectiva del autor de este estudio, las personas de la tercera edad, en general, son desconfiadas en todo sentido, debido a las múltiples experiencias vividas y presenciadas a lo largo de sus años. También es evidente su alto grado de fidelidad a los productos y servicios que les satisfacen desde un inicio. Otra característica de este grupo poblacional es su elevado nivel de sociabilidad y convivencia entre amigos y allegados, lo que les lleva a referenciar todo lo positivo y negativo que les sucede.

Es muy importante que el negocio planeado tome en cuenta todas estas singularidades expuestas para que, de entrada cause una buena imagen en el cliente, se le asesore adecuadamente y se le brinde todo el respaldo para que su solicitud de devolución de

impuestos sea atendida satisfactoriamente. De esta manera se gana su confianza, se asegura su fidelidad y se cuenta con una segura referencia entre conocidos.

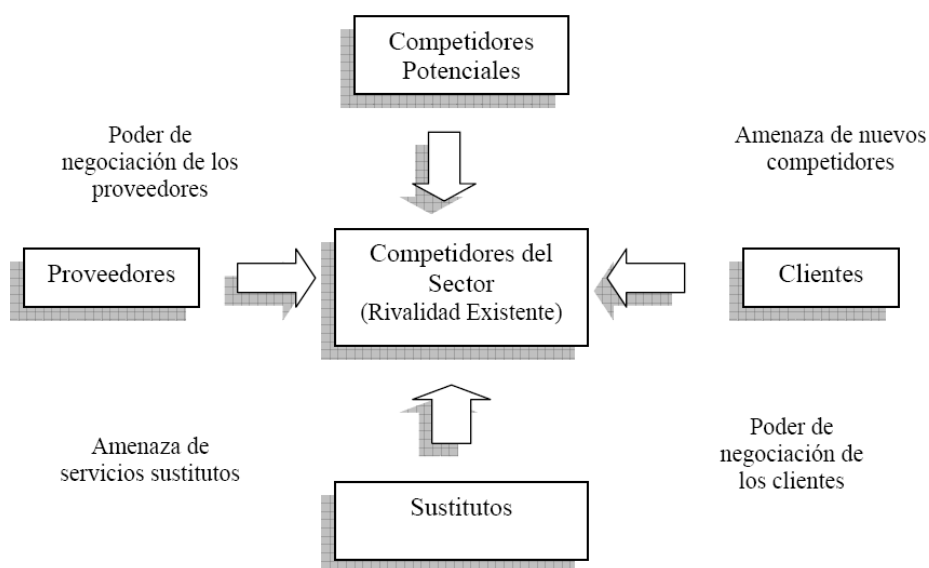
#### 2.2.1.3.5 Factor tecnológico

Este factor puede ser preponderante en el futuro del negocio planeado. En el presente año se dio inicio al proyecto de facturación electrónica, que el gobierno impulsa a través del SRI. Se pretende que ciertas empresas, sobre todo grandes corporaciones y contribuyentes especiales, manejen las transacciones entre sí mediante esta modalidad. Lo que eliminaría el comprobante físico y por ende no se podría contar con un documento que permita el trámite de devolución de impuestos.

Esta tendencia es mundial, pero ni aún en los Estados Unidos o Europa se ha eliminado por completo la facturación en papel a los consumidores finales. Por ello, es importante destacar que la empresa a crear debe estar muy atenta a lo que se determine en este sentido.

#### 2.2.1.4 Análisis Porter

**Figura 8 Análisis Porter de las cinco fuerzas**



Se utiliza este análisis para entender claramente la dinámica que influye en el sector del servicio de las asesorías tributarias. También se facilita por este medio la adopción de posibles estrategias que son necesarias para un adecuado posicionamiento. A continuación, se describen las cinco fuerzas que determinan la rentabilidad de los negocios.

#### **2.2.1.4.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

El mercado de la asesoría tributaria en el Ecuador se torna atractivo ya que no existe una ley específica que controle su funcionamiento como tal, lo que no sucede en el campo de las consultorías, por ejemplo, ya que la Ley de Consultorías del Ecuador las regula. De todas las empresas existentes y que ofrecen asesoría tributaria, muy pocas le dan un espacio a la devolución de impuestos a personas de la tercera edad. La principal barrera de entrada para la conformación de este tipo de empresas está dada por los efectos confianza y fidelidad que el mercado meta desarrolla hacia los servicios que cubren sus necesidades. Existe (como lo muestran los resultados de la investigación de mercado) un gran potencial de clientes que, a través de la empresa que se planea crear, vivirían su primera experiencia en el trámite de devolución de impuestos. De allí la importancia de asegurar una excelente primera vez.

#### **2.2.1.4.2 La rivalidad entre los competidores**

Siendo que la rivalidad, fija la rentabilidad de un sector, que de los resultados de la investigación de mercado se determina que sólo 2 de los 132 encuestados utilizan una empresa de asesoría para realizar el trámite de devolución de sus impuestos, y que apenas 18 de los 132 encuestados se han registrado en el SRI con este propósito, se vislumbra una alta rentabilidad inclusive desde el inicio ya que el sector es muy poco competitivo.

#### **2.2.1.4.3 Poder de negociación de los proveedores**

El servicio que se pretende brindar no implica la adquisición de bienes o servicios, que pudieran determinar cierto peligro para el normal desenvolvimiento de la empresa. De hecho, el recurso humano es el principal insumo que debe contemplarse, y ya que, no es necesario un alto grado de especialización como se define más adelante, se puede concluir que el recurso es abundante. Por lo tanto, debido a la innumerable oferta existente, de todo lo que requiere la empresa para su funcionamiento, este poder se ve quebrantado.

#### **2.2.1.4.4 Poder de negociación de los compradores**

Los adultos mayores tienen hoy en día, múltiples organizaciones gubernamentales y de otras índoles que les ofrecen opciones de agrupamiento, convivencia y reflexión. Este tipo de escenarios, propician la unión y defensa de sus derechos. Por ello, la empresa que se pretende crear, debe utilizar en su beneficio este poder, incentivando algo muy natural en este tipo de personas que es la referencia del servicio que les causa satisfacción. Más adelante, se detalla una de las estrategias de precio, que como un adelanto, viene acompañada de un descuento por cada referenciado que contrate el servicio.

#### **2.2.1.4.5 Amenaza de ingreso de servicios sustitutos**

Como ya se definió en el análisis anterior del factor legal, un cambio de legislación en el que se contemple ya no una devolución, sino una rebaja directa en el momento de la compra, sería la única alternativa de servicio sustituto que el autor de la presente tesis encuentra como viable.

### **2.2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

En este punto determinaremos la existencia real de clientes para la asesoría que se pretende ofrecer, la aceptación de los clientes para pagar un precio establecido, la determinación de la cantidad demandada. En definitiva, conoceremos que tan viable sería la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el cantón Rumiñahui.

La primera fuente de información a la que se accedió fue un funcionario público del ente tributario. A este se le aplicó una entrevista individual semiestructurada, en las propias oficinas de su dependencia, quien colaboró con información fundamental para el estudio, y cuyos resultados (en color azul) se plasman en el Anexo 3.

Adicionalmente, por sugerencia del mismo funcionario y para ratificar la información obtenida, se solicitó formalmente (Anexo 4) a la autoridad tributaria la misma información que se logró con la entrevista individual semiestructurada. Lamentablemente, no se tuvo una respuesta completa, logrando tan sólo dos de las ocho inquietudes planteadas, lo que se observa en el mail de respuesta que constituye el Anexo 5. Sin embargo, de los pocos datos obtenidos por medio del oficio, se observa una fuerte correlación de coincidencia entre la entrevista y el mail de respuesta.

La investigación del mercado meta, que fue el siguiente paso, implica una serie de pasos de mucha importancia, como plantear el cuestionario de preguntas, recolectar los datos, tabular los mismos y realizar una serie de análisis de datos. Conlleva detenimiento el inferir cuáles son los aspectos claves y consideraciones de importancia que permitan determinar con un aceptable grado de confiabilidad el comportamiento y necesidades de las personas mayores a 65 años, puesto que existen muchas maneras de percibir y aceptar una asesoría dentro este mercado.

#### **2.2.2.1 Segmentación del Mercado**

Los adultos mayores se encuentran presentes en todas y cada una de las provincias del Ecuador. El presente plan de negocio persigue atender como su mercado meta a los adultos

mayores que están por encima del índice de pobreza y extrema pobreza. Es decir, aquellos cuyos ingresos les permiten acceder como mínimo a la canasta vital que se ubicó en \$ 449.54 en enero de 2014 (I.N.E.C., 2014, pág. 10) y que viven en el cantón Rumiñahui de la Provincia de Pichincha.

### 2.2.2.2 Tamaño de la muestra

El total de la población del cantón Rumiñahui para el año 2010 es un dato de información censal, donde el porcentaje de personas mayores a los 65 años de edad corresponde al 6.66% (Figura 4). Se cuenta con la proyección del total de la población hasta el año 2025 (Figura 5), por ello se utilizó el total proyectado de la población para el año 2014 de 95.435 personas. El I.N.E.C. no cuenta con proyecciones individuales por grupos de edad por lo que se decidió mantener el mismo porcentaje de 6.66% (obtenido en el año 2010) para aplicarlo al año 2014, lo que arrojó un total de 6.356 personas mayores a los 65 años.

La condición socioeconómica de este sector de la población permite segmentar el mercado, ya que el 57.4% maneja condiciones de pobreza y extrema pobreza (Ayala, 2013). Es decir, la asesoría se enfoca en el otro 42.6% que tiene recursos, adquiere bienes y servicios y eventualmente puede ser sujeto de aplicación de los beneficios tributarios.

Entonces, si el total de la población del cantón Rumiñahui para el año 2014 corresponde a 95.435 personas, las personas mayores a 65 años de edad resultan de aplicar al total el 6.66% dando como resultado 6.356 personas, finalmente a este último total se le extrae el 42.6% y se obtiene 2.708 personas como el mercado meta o población.

Del total de 2.708 personas que corresponden al mercado objetivo, se realizó un sondeo de opinión a una pequeña muestra de 10 adultos mayores a los que se les preguntó sobre si estarían dispuestos a contratar una asesoría tributaria de las características de las que se pretende, nueve dijeron que SI y una que NO.

Como el objetivo del estudio es el de obtener información acerca de porcentajes poblacionales, se utilizó la fórmula de población finita que considera una distribución normal con un nivel de confianza de 95% para obtener una muestra a partir de la población.

La siguiente fórmula permite encontrar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * N + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = La variable a encontrar "Tamaño de la Muestra"

N = Población o universo "Mercado Meta"

p = Proporción poblacional de ocurrencia

q = Proporción poblacional de rechazo

Z = Valor crítico de confianza o nivel de significación

e = Margen de error

Los valores a utilizar fueron:

N = 2708 / p = 0.9 / q = 0.1 / Z = 1.96 / e = 0.05

$$n = \frac{2708 * 1.96^2 * 0.9 * 0.1}{0.05^2 * 2708 + 1.96^2 * 0.9 * 0.1}$$
$$n = 132$$

Es decir, 132 adultos mayores es el número necesario a los que se aplica el estudio para que los resultados del mismo sean confiables en un 95%.

### **2.2.2.3 Diseño y aplicación de la encuesta**

Para inferir la realidad de las personas mayores a los 65 años de edad y de esa manera concretar la viabilidad o no del presente plan de negocio, se ha decidido utilizar la encuesta como la técnica que sirve para tal efecto. Siendo el cuestionario el instrumento que permite la aplicación de la encuesta se estructuró uno (Anexo 6) que se compone de ocho preguntas.

El cuestionario fue diseñado cuidando de cada detalle, para que en el momento de realizar el trabajo de campo no se prestara a confusión y de esa manera se cumpla con el objetivo de obtener información relevante que ayude a la determinación de la futura demanda y el nivel de aceptación del mercado potencial.

### **2.2.2.4 Recolección de la información**

La aplicación de la encuesta a la muestra obtenida se llevó a cabo los días sábado 24 y domingo 25 de mayo de 2014. Los centros comerciales: San Luis Shopping, River Mall e Hipermarket, se seleccionaron para tal efecto. Se plantea como un supuesto básico para esta investigación, el hecho de que las personas de la tercera edad que viven en condiciones de pobreza y extrema pobreza no acceden a los centros comerciales mencionados anteriormente en este párrafo, y de hacerlo no es para adquirir productos o servicios. Por ello, se consideró fundamental fijar el cuestionario sobre sujetos que se encuentren a la espera del pago de algún producto o servicio y en función de una cualificación y cuantificación visual que el encuestador realice, determinar si es propicio o no proceder con la encuesta, permitiendo

tomar información del tipo de muestra que el estudio se ha fijado como meta, evitando así el sesgo de la misma y proporcionando por ende un mejor análisis y resultados más certeros.

Es de suma importancia mencionar que una breve, concisa y cordial explicación y presentación por parte del encuestador hacia el sujeto encuestado, fue clave para que la información requerida fluya y no existan trabas, ni malos entendidos.

Se evitó abordar a las personas mientras caminaban o lucían ocupadas. El fin de semana fue un momento ideal para la toma de la encuesta ya que se encontró al adulto mayor relajado, con buena disposición a colaborar y con mucho interés en el tema planteado.

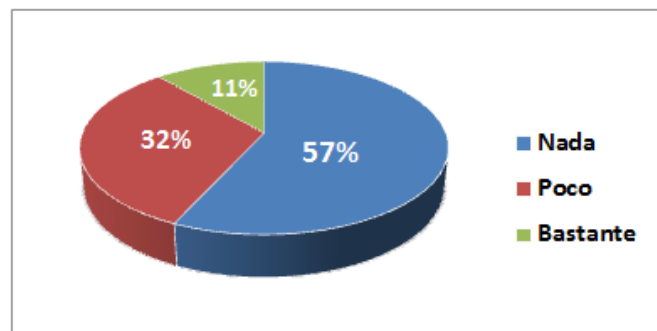
Seis encuestadores (incluido el autor del presente estudio), graduados de pregrado fueron los encargados de la recolección de la información.

Finalmente, cabe mencionar que dos preguntas previas fueron propicias, luego de que el sujeto encuestado accedía a proporcionar la información, la primera el sector donde vive y la segunda la edad.

## 2.2.2.5 Resultados de la investigación de mercado

### 2.2.2.5.1 ¿Cuánto sabe acerca de los beneficios tributarios que la ley concede a las personas de la tercera edad, tales como la devolución de IVA e ICE por sus gastos o compras personales?

Figura 9 Pregunta 1 de la Encuesta

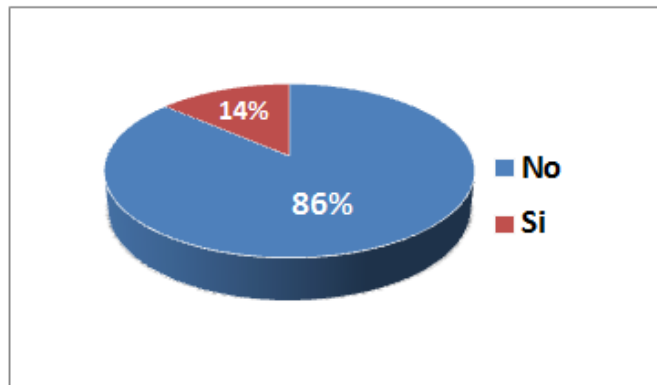


Elaborado por: Efrén Espinosa

Esta pregunta permitió determinar la noción que las personas de la tercera edad tienen respecto del beneficio tributario. Se pusieron como alternativas tres opciones: nada, poco y bastante. Como lo demuestra la Figura 7 la mayor parte de las personas (57%) desconoce por completo el tema, el 32% tiene una limitada idea y tan sólo el 11% de los encuestados se considera un conocedor idóneo.

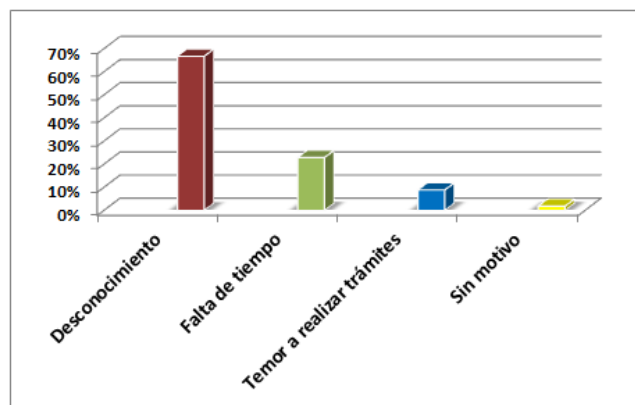
### 2.2.2.5.2 ¿Se ha registrado en el SRI para solicitar los beneficios tributarios?

Figura 10 Pregunta 2 de la Encuesta



Elaborado por: Efrén Espinosa

Figura 11 Pregunta 2 de la Encuesta Segunda Parte



Elaborado por: Efrén Espinosa

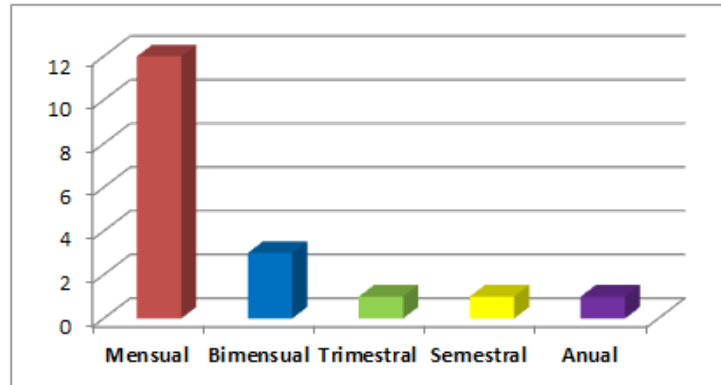
Se planteó la pregunta para precisar el porcentaje de personas que se han acercado hasta el SRI con el propósito de hacer válido su derecho al beneficio tributario. Únicamente el 14 % de los encuestados lo ha hecho, mientras que el 84% restante no lo ha ejecutado.

En esta misma pregunta a los 114 encuestados que respondieron que no se han inscrito en el SRI se les consultó acerca del motivo por el cual no lo han hecho. Un 67% reconoció que era por desconocimiento, 23% por falta de tiempo, 9% contestó que era por temor a realizar trámites y 2 personas no encontraron motivo.



**2.2.2.5.3 Si eligió SI en la pregunta 2 ¿Solicita usted la devolución del IVA e ICE pagado en sus compras personales?**

**Figura 12 Pregunta 3 de la Encuesta**



Elaborado por: Efrén Espinosa

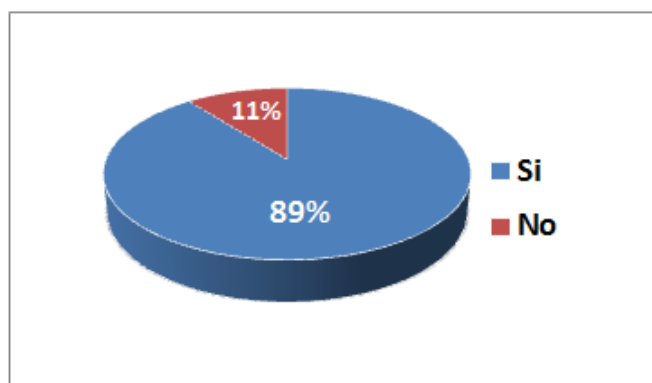
Esta pregunta se incluyó en la encuesta para tener una idea clara de la frecuencia con la que los actuales beneficiarios solicitan la devolución de sus impuestos. El 67% dijo que lo hacía de forma mensual, un 17% de forma bimensual y un 6% lo hace de manera trimestral, semestral y anual.

El 94% de los encuestados hace válido su derecho a este beneficio en las propias oficinas del SRI y tan sólo un 6% lo hace vía internet.

72% de los que respondieron esta pregunta dice realizar el trámite con la ayuda de un tercero y 28% de forma personal.

**2.2.2.5.4 Si eligió NO en la pregunta 2. ¿Se registrará en el SRI para solicitar los beneficios tributarios?**

**Figura 13 Pregunta 4 de la Encuesta**



Elaborado por: Efrén Espinosa

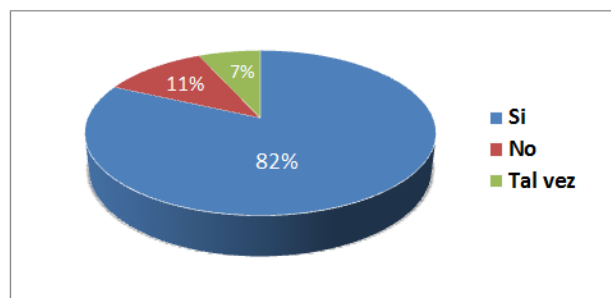
Esta pregunta se destinó a los 114 encuestados que no están registrados en el SRI para solicitar la devolución de sus impuestos, con el propósito de conocer su asentimiento hacia la

idea de ser parte de este proceso. El 89%, es decir 102 encuestados tiene la intención de acogerse al beneficio y el 11% respondió que no.

Se inquirió a este 11% el motivo por el cual no estaría dispuesto a beneficiarse de la devolución de los impuestos y el 58% respondió que por temor a realizar trámites, el 25% por falta de tiempo y el 17% dijo no estar interesado.

#### 2.2.2.5.5 ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que se encargue por usted de la recuperación de los valores que paga por concepto de IVA e ICE en sus compras?

Figura 14 Pregunta 5 de la Encuesta

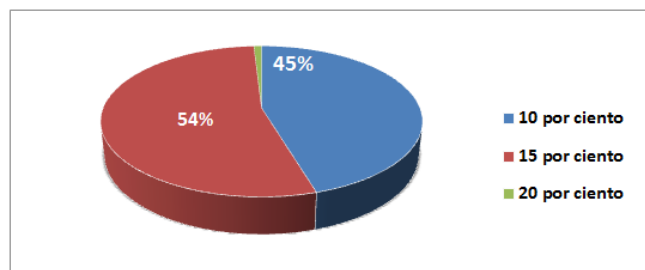


Elaborado por: Efrén Espinosa

Con la intención de sondear que tan aceptado sería este servicio entre las personas encuestadas se insertó esta pregunta. Un importante 82% si estaría dispuesto a contratar un servicio con este fin. Otro 7% respondió que tal vez, aduciendo al precio como motivo de una posible contratación del servicio. Por último, un 11% dijo que definitivamente no, porque lo seguirían haciendo por su cuenta.

#### 2.2.2.5.6 Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Qué porcentaje del total recuperado, estaría dispuesto a ceder como retribución por los servicios de asesoría recibidos?

Figura 15 Pregunta 6 de la Encuesta



Elaborado por: Efrén Espinosa

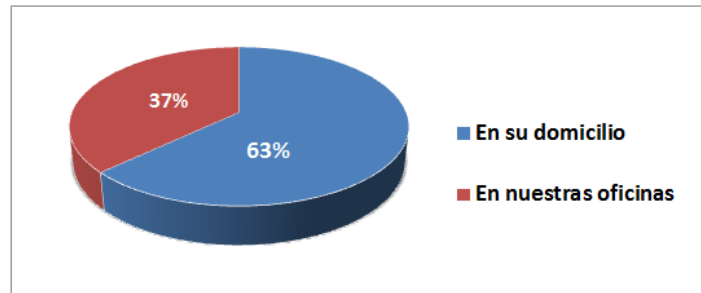
De suma importancia en un plan de negocio es el establecimiento del precio y qué mejor que indagar en cuanto al mismo a los potenciales clientes.

Del total de 108 encuestados que estarían dispuestos a contratar el servicio, 49 coincidieron en que un 10% del total recuperado sería un buen precio para el servicio. Otros

58 establecieron al 15% como el porcentaje apropiado para fijarlo como precio. Y tan sólo una persona estableció que el 20% sería idóneo.

#### 2.2.2.5.7 Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Cómo preferiría recibir el servicio de asesoría?

Figura 16 Pregunta 7 de la Encuesta



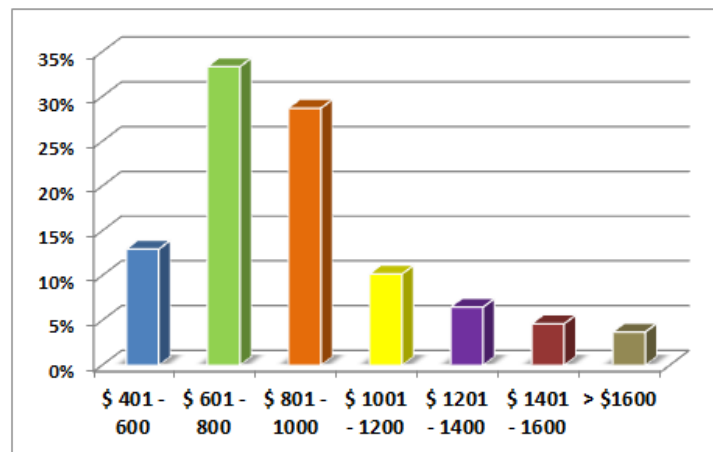
Elaborado por: Efrén Espinosa

Para establecer la expectativa del cliente potencial en cuanto a la logística del servicio se incluyó esta interrogante.

63% de los encuestados preferiría recibir el servicio en su domicilio y un 37% le gustaría recibir el servicio en las instalaciones de la empresa.

#### 2.2.2.5.8 Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Cuál es el rango en que se encuentran sus consumos mensuales realizados mediante comprobantes de venta?

Figura 17 Pregunta 8 de la Encuesta



Elaborado por: Efrén Espinosa

Otro componente importante para establecer el precio en este plan de negocio, es el nivel de consumos mensuales que los encuestados realizan mediante comprobantes de venta. Por ello se hizo esta pregunta.

Los niveles porcentuales más elevados que resultaron de las respuestas a la pregunta son un 33% para el rango entre \$601 y \$800 y de un 29% para el rango entre \$801 y \$1000.

El promedio mensual de consumos realizados mediante comprobantes de venta para las personas que se encuentran dentro del rango entre \$601 y \$1600, que corresponden al 83% de las personas que estarían dispuestas a contratar el servicio es de \$909.

#### **2.2.2.6 Conclusiones de la investigación de mercado**

- La mayoría (57%) de los encuestados desconoce el beneficio tributario que la ley le faculta recibir.

- Muy pocos (14%) de los encuestados están haciendo uso de este beneficio en la actualidad.

- El desconocimiento (67%) y la falta de tiempo (23%) son las principales causas por las que los encuestados dicen no haberse inscrito en el SRI para este beneficio.

- Un elevado porcentaje (67%) de las personas que ya están incluidas en el SRI y son beneficiarias de este derecho, pide la devolución de sus impuestos de forma mensual.

- Sólo una de las 18 personas, que según las respuestas de la encuesta está registrada en el SRI, solicita la devolución de sus impuestos vía internet.

- La gran mayoría (89%) de los que aún no se registra en el SRI para aplicar a este beneficio, luego de una breve explicación que se les dio como parte del proceso de recolección de la información, evidenció su deseo de registrarse.

- Un alto porcentaje (82%) del total de encuestados estaría dispuesto a contratar los servicios de la asesoría tributaria.

- La mayoría absoluta (99%) de los 108 encuestados que estarían dispuestos a contratar la asesoría coincide en que el porcentaje de cobro por el servicio debería estar entre el 10% y 15% del total recuperado de los impuestos.

- Una buena parte (63%) de las personas que accederían a contratar el servicio de asesoría, preferirían recibirlo en su domicilio.

- El 62% de los encuestados que respondió afirmativamente a emplear el servicio de asesoría para la devolución de sus impuestos, mantiene un rango de consumos mensuales realizados mediante comprobantes de venta que se ubica entre \$601 y \$1000.

#### **2.2.2.7 Oportunidades del negocio**

- El mercado meta al que el presente plan de negocio se enfoca es muy atractivo en su inicio puesto que, como se suponía según estudios previos, la mayoría de las personas de la tercera edad no conocen de los beneficios tributarios que la ley les faculta,

- La asesoría tributaria para devolución de impuestos a personas de la tercera edad cuenta con una excelente aceptación dentro del mercado meta y la frecuencia del servicio a ofertar debe considerar la mensualidad como supuesto lógico.

- Debido a que el desconocimiento y la falta de tiempo son las principales causas por las que los adultos mayores no acceden a los beneficios tributarios, deben crearse estrategias que permitan aprovechar estas falencias para asegurar que los futuros clientes utilicen y se mantengan con el servicio.

- El que una mínima proporción de adultos mayores, utilice el internet para acceder al beneficio, evidencia que no están acostumbrados a su uso o que no les interesa, ya que por este medio los requisitos son mayores (incluyendo un archivo físico de los comprobantes de venta por siete años) y la posibilidad de que el dinero producto de la devolución de sus impuestos llegue a sus cuentas es de un mayor período de tiempo (6 meses).

- Dado que una absoluta mayoría ubica el precio del servicio a ofertar entre el 10% y 15% del total de los impuestos recuperados y que una importante mayoría desea recibir los servicios a domicilio, los precios podrían estar diferenciados dentro de este rango por la forma en que se brindan.

- Las personas cuyos gastos mensuales mediante comprobantes de venta se ubican en el rango de \$601 a \$1600 son a los que la futura empresa debe enfocarse y en ellos \$109 dólares mensuales ( $\$909 \times 12\%$ ) es el promedio del total de impuestos recuperados.

- Este promedio mensual de \$ 109 dólares que arrojó la encuesta realizada al mercado meta, permite una casi perfecta triangulación de la información, respecto de la entrevista que se hiciera a un funcionario público (Anexo 3) ya que la respuesta obtenida de esta entrevista definió el valor en \$ 110 para el año 2013. Por lo que, se puede utilizar con mucha tranquilidad este valor obtenido para fijar el precio de la asesoría.

## **2.2.3 LA EMPRESA Y LOS REQUERIMIENTOS DEL PLAN DE NEGOCIO**

### **2.2.3.1 Visualización de la Empresa**

“El proceso de establecimiento de la misión, visión y valores se denomina Proceso de Visualización, en el cual se proyecta la imagen de excelencia que se desea crear” (Yturralde, 2012)

#### **2.2.3.1.1 Visión**

La empresa tendrá como visión: Ser reconocidos por los adultos mayores del cantón Rumiñahui, como la empresa de asesoría tributaria líder y en continuo crecimiento, apreciada por procurar asesorías que aseguran para sus clientes la devolución de impuestos en su totalidad, rentabilidad sostenida a sus accionistas, desarrollo profesional y personal a sus empleados y una contribución positiva a la sociedad actuando con un compromiso de responsabilidad ciudadana.

#### **2.2.3.1.2 Misión**

La misión es la de: Contribuir a la mejora de la liquidez de los adultos mayores del cantón Rumiñahui, proporcionando a sus clientes un servicio ágil, personalizado y profesional, reportando a sus accionistas rentabilidad creciente y sostenible y a sus colaboradores la posibilidad del desarrollo de sus competencias profesionales.

#### **2.2.3.1.3 Valores y Principios**

Cuando una empresa tiene clara su visión, debe apuntalar ésta a través de valores y principios, sea que se los posea o se los anhele. De todas formas, es fundamental socializarlos, enunciarlos y publicarlos junto con el resto de componentes del proceso de visualización.

##### **Valor de rentabilidad sustentable y crecimiento sostenido**

La rentabilidad sustentable y el crecimiento sostenido son requisitos básicos en todas nuestras labores. Estamos comprometidos con los intereses de nuestros clientes, accionistas y empleados, asumiendo responsabilidades sociales.

##### **Principios:**

- Siempre optimizaremos los procesos de nuestros servicios para producirlos de forma eficiente y preservar los recursos valiosos.
- Conservaremos una posición firme, tanto de mercado como financiera, para que podamos construir un futuro exitoso, de manera independiente y preservando siempre nuestra propia identidad empresarial.
- Generaremos un retorno total de las inversiones atrayente para nuestros accionistas, que permita la credulidad y por ende la reinversión.

### **Valor de innovación aplicada al servicio de nuestros clientes**

Nos comprometemos para asegurar la satisfacción del cliente. Desarrollamos procesos y proveemos servicios de alto nivel, logrando una mejora sustancial en la capacidad adquisitiva de nuestros clientes.

#### **Principios:**

- Aplicamos nuestro conocimiento y experiencia tributaria para ayudar a mejorar la liquidez de nuestros clientes, proveyéndoles sobre todo de información clave para lograrlo.
- Investigamos y sugerimos cualquier tipo de ventaja que surja a partir de los cambios en el mercado, en la ley y en la sociedad, manejando estas ventajas para que nuestros clientes accedan a mayores montos de devolución de sus impuestos.
- Medimos la satisfacción de nuestros clientes al finalizar cada servicio, con el propósito de perfeccionar nuestros procesos.
- No fomentamos ningún servicio que estimule el desarrollo de actividades fuera del marco de la ley.

### **Valor de no discriminación y trabajo en equipo**

Fomentamos la diversidad en todos sus ámbitos, dando al trabajo en equipo nuestra prioridad.

#### **Principios:**

- Seleccionamos contadores bachilleres titulados de todos los colegios que posean las habilidades y competencias apropiadas y que estén dispuestos a conducir sus energías rumbo a nuestros objetivos y valores.
- Promovemos la discusión permanente de los distintos casos para que en equipo se puedan lograr los mejores resultados.
- No discriminamos a nadie por su edad, sexo, religión o cualquier otra característica que lo distinga.

#### **Integridad**

Actuamos en concordancia con nuestros valores. Respetamos las leyes, las prácticas y las normas de negocios y sobre todo los acuerdos con nuestros clientes.

#### **Principios:**

- Esperamos que nuestros colaboradores sean modelos de comportamiento y sean ejemplos apropiados de conducta, según nuestra Visión y Valores, sobre todo cuando visiten a nuestros clientes en sus domicilios.

- Rechazamos cualquier práctica ilegal, y sobre todo la suplantación de consumos en los comprobantes de venta.

### **Confidencialidad**

Somos conscientes de que nuestras funciones nos permiten conocer la situación de nuestros clientes a fondo y que son ellos la razón que nos sostiene, por lo que resguardamos con diligencia su privacidad.

#### **Principios:**

- Seremos responsables por la información a nosotros encomendada.
- Nuestro personal estará sujeto a convenios legales de no divulgación y menos aún de utilización fraudulenta de información.
- Las sugerencias que se emitan hacia nuestros clientes estarán basadas en el conocimiento y la experiencia tributaria, así como también por el conocimiento adquirido de otros clientes, manteniendo en reserva su identidad

### **2.2.3.2 Objetivos**

- **Lealtad de los clientes.** Entregar valor agregado en nuestros servicios, ganando la fidelidad y confianza de los clientes manifestado en un 95% de renovación de asesorías para el segundo año.

- **Ganancia.** Lograr una rentabilidad (Resultados \*100/Fondos Propios) del 15% desde el segundo año de operaciones, lo que financiará el crecimiento de la empresa, creará valor para los accionistas y proveerá de recursos para el logro de los otros objetivos corporativos.

- **Compromiso de los colaboradores.** Impulsar al recurso humano contratado, brindándoles oportunidades de empleo basadas en el desempeño; crear en forma conjunta un entorno laboral seguro, interesante e incluyente que valore sus diversidades y reconozca las contribuciones individuales; contribuir a que obtengan un sentido de satisfacción y logro en sus tareas; todo esto medido a través del alcance del 95% de satisfacción del cliente interno desde la primera encuesta anual en adelante.

- **Capacitación y desarrollo.** Formar un equipo de trabajo capacitado, asignando el 1% del total de ventas netas todos los años para lograrlo, mediante procesos que contribuyan a su desarrollo personal, profesional y a su proyección laboral acordes con la visión, misión y objetivos planteados.

- **Calidad.** Lograr un 95 % de satisfacción de los clientes desde el primer año de operaciones, a través de servicios y soluciones que se perciban de elevada calidad.



- **Crecimiento.** Crecer en 200 clientes (domicilio) y 280 clientes (oficina) en el cuarto año.

### **2.2.3.3 Estrategias de mercado**

#### **2.2.3.3.1 Estrategias de precio**

- La estrategia del precio de la asesoría tributaria está dada por porcentajes de recuperación de impuestos. En base de los resultados de la investigación de mercado se cobra un 10% cuando el servicio sea en las instalaciones de la empresa y un 15% cuando el servicio sea a domicilio. Los porcentajes no varían en los años futuros según el plan ya que este incremento viene dado por el aumento anual del salario mínimo vital.

- Ofrecer un descuento a los clientes que referencien efectivamente el servicio, brindándole un mes de asesoría gratuita por cada uno de los referenciados.

#### **2.2.3.3.2 Estrategias de servicio**

- Un primer acercamiento del servicio, a las instalaciones de la empresa o a domicilio de forma gratuita, es un excelente diferenciador que el cliente aprecia y corresponde.

- La entrega de un instructivo práctico que refuerce los conocimientos adquiridos en la capacitación personalizada, es de gran valor para el adulto mayor, ya que puede acudir a él cuando lo requiera.

- Sin lugar a dudas que el servicio a domicilio en este tipo de clientes es muy apreciado y valorado y esa es la principal estrategia de servicio con la que cuenta la empresa.

#### **2.2.3.3.3 Estrategias de promoción**

- Contactar a los dirigentes de cada una de las agrupaciones de adultos mayores, explicarles de los beneficios y concretar con ellos una reunión a la que asistan en forma masiva sus agrupados para explicarles y motivarles a la contratación del servicio.

- Conseguir espacios visibles en importantes lugares de alta concurrencia de personas de la tercera edad (clínicas, centros de belleza, centros de esparcimiento, oficinas públicas, etc.), para colocar sendos anuncios que atraigan, sean directos y motiven el contacto con la empresa.

- Lograr alianzas estratégicas con diversas empresas y organizaciones que atiendan exclusivamente a este tipo de clientes, para que se entregue publicidad y se permita colocar anuncios en sus instalaciones. A cambio, se mantendrá una actitud recíproca.

#### **2.2.3.4 Requerimientos del plan de negocio**

##### **2.2.3.4.1 Requerimientos legales para la constitución**

El plan plantea la concepción de la empresa como una sociedad anónima, por lo que se constituye con dos o más socios, tiene un capital suscrito mínimo de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América, suscrito íntegramente y pagado en al menos un 25 % del valor nominal de cada acción. El Anexo 8 detalla los pasos para crear este tipo de empresas en el Ecuador.

##### **2.2.3.4.2 Eslogan de la empresa**

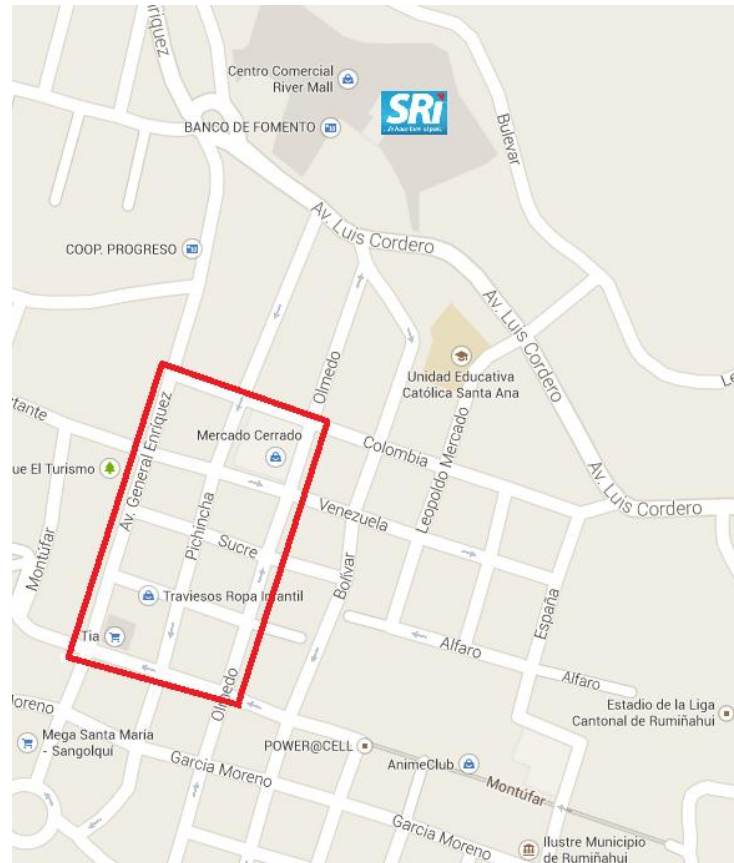
El eslogan es utilizado por los publicistas para captar la atención. “Por eso, la elección de un buen eslogan puede ser de gran importancia para el éxito de una campaña publicitaria, ya que una frase bien construida sensibilizará a potenciales clientes” (Silva, 2011). Se propone el siguiente como el que adopte la empresa:

**Recuperamos sus Impuestos y Mejoramos su Capacidad Adquisitiva**

##### **2.2.3.4.3 Localización de la empresa**

La ubicación se localiza en un sector comercial de gran interés por cuanto la única agencia del Servicio de Rentas Internas del cantón Rumiñahui está en el Centro Comercial River Mall, muy cercana al perímetro donde se planea la instalación de la empresa; y también por ser un sector de mucho movimiento peatonal, donde confluyen todas las líneas de transporte urbano y vehículos particulares. Básicamente, el sector donde se planea ubicar la oficina está delimitado por las siguientes calles: al sur por la calle Montufar, al norte por la calle Colombia, al este por la calle Olmedo y al oeste por la Av. General Enríquez. El siguiente mapa muestra el sector delimitado por la línea roja.

**Figura 18 Mapa Sector comercial de Sangolquí**



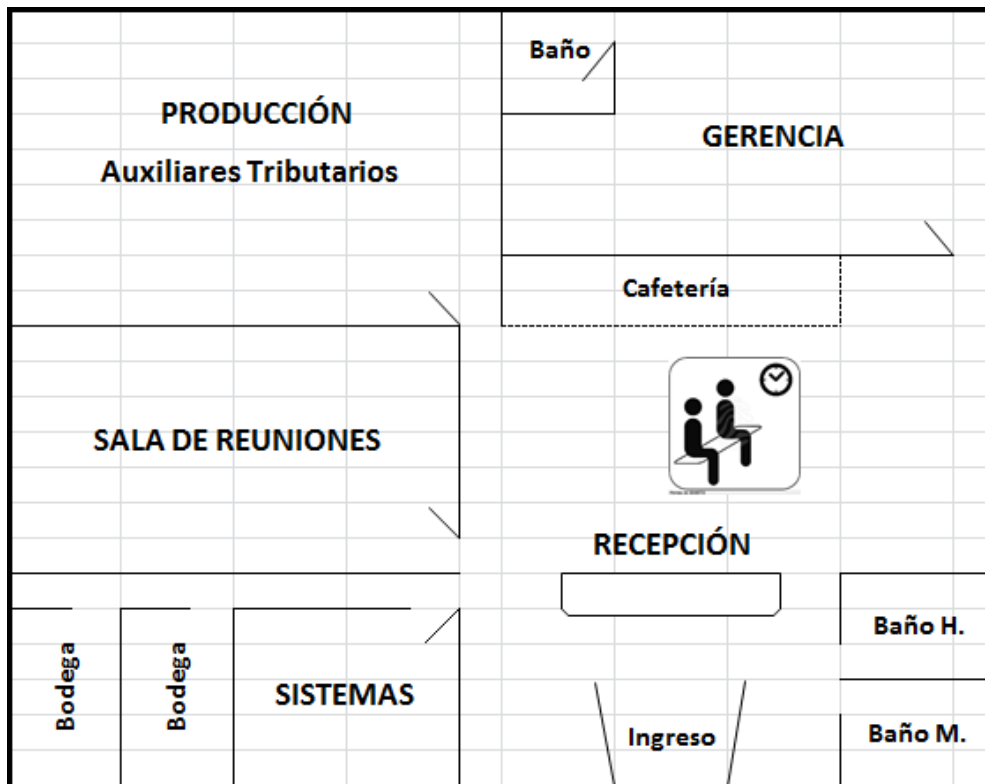
#### **2.2.3.4.4 Infraestructura y distribución de la empresa**

Debe ser de preferencia una extensión no menor a 100 metros cuadrados, en buen estado y en un primer piso. La oficina debe diseñarse bajo un adecuado manejo de los ambientes a través de modulares modernos, estilizados y colores que provoquen en el cliente el deseo de permanecer y sentirse a gusto.

Un rótulo visible y grande, con la razón social de la empresa debe hacer énfasis en el eslogan y en una infografía que evidencie al mercado meta. La señalética interior es atractiva y brinda seguridad al visitante.

Básicamente la distribución interna es: una recepción que permita un fácil contacto visual y la amable atención, una cómoda sala de espera que incluye un área pequeña para cafetería y un televisor, una sala de reuniones que sirve tanto para la planeación del trabajo de la empresa, como para charlas a grupos de futuros clientes. Una oficina denominada Producción donde laboran los auxiliares tributarios, una oficina para la gerencia y otra para sistemas y seguimiento al cliente, un baño para caballeros y otro para damas bien equipados ubicados al ingreso y otro para la gerencia, Adicional una pequeña bodega para materiales de aseo y otra para materiales y suministros de oficina y computación, tal como se muestra en la Figura 19

**Figura 19 Distribución de la Empresa**



**2.2.3.4.5 Equipos, mobiliario, software y otros.**

**Equipos:**

- Seis computadoras: (2) para la oficina de producción (costo total 1.200 dólares incluido IVA), (1) para la gerencia (costo total 800 dólares incluido IVA), (1) laptop para la gerencia (según la necesidad también usada en la sala de reuniones) (900 dólares incluido IVA), (1) para sistemas y seguimiento al cliente (700 dólares incluido IVA), , y (1) para recepción (600 dólares incluido IVA).
  - Un servidor (1.500 dólares incluido IVA).
  - Cuatro calculadoras de escritorio (280 dólares incluido IVA) y dos calculadoras portátiles para los auxiliares tributarios a domicilio (120 dólares incluido IVA).
  - Cuatro terminales telefónicas (costo total 240 dólares incluido IVA).
  - Cuatro teléfonos celulares (costo total 400 dólares incluido IVA).
  - Una central telefónica (costo 350 dólares incluido IVA).
  - Tres impresoras; (1) para la oficina de producción (150 dólares incluido IVA), (1) para sistemas y seguimiento al cliente (150 incluido IVA) y (1) para la gerencia (150 dólares incluido IVA).
  - Dos scanners, uno de gran capacidad para la oficina de producción y otro de mediana capacidad para la gerencia (costo total 500 dólares incluido IVA)

- Una fotocopiadora de mediana capacidad ubicada en la recepción (250 dólares incluido IVA).
- Un retroproyector y una pantalla para usarlos en la sala de reuniones (costo retroproyector 650 dólares, costo pantalla 300 dólares incluido IVA).
- Un plasma de 40 pulgadas para usarlo en la sala de espera (1200 dólares incluido IVA).

#### **Mobiliario:**

- Muebles de oficina: estación completa para la recepción (500 dólares incluido IVA), gerencia (800 dólares incluido IVA), oficina de producción (1500 dólares incluido IVA), sistemas y seguimiento al cliente (500 dólares incluido IVA), sala de reuniones (600 dólares incluido IVA) y sala de recepción (400 dólares incluido IVA).
- Biblioteca (ubicada en gerencia): Libros (250 dólares incluido IVA).

#### **Software:**

- Utilitarios Microsoft Office con sus respectivas licencias para seis computadores (costo total 900 dólares anuales incluido IVA).
- DIMM Formularios, validador de anexos y demás programas de manejo tributario son facilitados sin costo por el Servicio de Rentas Internas.
- Programa contable (costo total anual 600 dólares usuario principal y 100 dólares usuario secundario).

#### **Otros:**

- Dos motocicletas que utilizan los auxiliares tributarios para su trabajo a domicilio (2400 dólares incluido IVA).

#### **2.2.3.4.6 Gastos de Arranque**

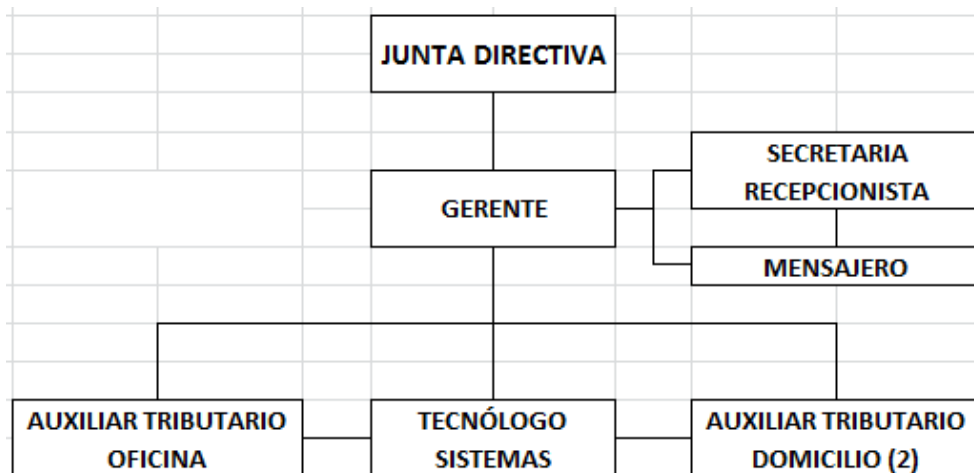
Los gastos de arranque contemplan: elaboración del plan de negocio, elaboración de escritura de constitución, registro mercantil, afiliaciones, honorarios de abogado y demás trámites legales ante las distintas instancias, gastos de rotulación y demás gastos pre operacionales que representan en su conjunto un valor total de 3700 dólares.

#### **2.2.3.4.7 Estructura Organizacional**

La estructura organizacional “es la distribución formal de los empleos dentro de una organización” (Robbins & Coulter, 2005, pág. 234). El capital humano se siente comprometido en la medida en que entiende su importancia para que el producto final sea de calidad, y sus esfuerzos estén alineados a la visualización que la empresa quiere alcanzar.

La Figura 19 muestra el organigrama que la empresa debe adoptar. La Junta Directiva está compuesta por el socio principal (Gerente) y otros dos socios secundarios que aporten capital al negocio.

**Figura 20 Organigrama**



#### **2.2.3.4.8 Definición de perfiles y responsabilidades del personal**

##### **Gerente**

Encargado del manejo de toda la empresa. Controla a todo el personal y receipta de cada uno informes frecuentes de su labor. Es la persona encargada de especificar la información que se precisa para resolver problemas y detectar oportunidades. Es el representante legal y comparte con el contador esta responsabilidad ante el SRI. Debe ser C. P. A. y tener una maestría en Administración y Dirección de Empresas.

##### **Auxiliar tributario oficina**

Su principal función es la de atender los casos de clientes que se acerquen a las instalaciones de la empresa para tramitar sus solicitudes. Debe revisar la documentación del cliente, descartar comprobantes no válidos, cuantificar los montos de devolución, archivar digitalmente toda la información y pasar el trámite listo al mensajero.

El estudio de mercado arrojó como resultado que la mayoría de clientes prefieren recibir el servicio a domicilio. Por ello, este asesor aparte de cumplir con la asignación anterior, es el contador de la empresa, y es el responsable del control contable, laboral y tributario total. Es importante resaltar que la empresa tiene un diseño sencillo, con muy pocos empleados, proveedores, y a pesar de que existen muchos clientes, solamente existe un tipo de servicio, lo cual hace que el manejo contable y tributario de la misma no implique tiempo, ni esfuerzo abundantes Necesariamente debe ser un Contador Bachiller Autorizado calificado en el SRI

para firmar declaraciones, balances y enviar anexos. De preferencia estudiante universitario nocturno de los primeros años de Contabilidad y Auditoría.

Ya que el asesor tributario es el principal propulsor de generación de ingresos para la empresa, es necesario que posea habilidades específicas detalladas a continuación:

- Desempeño como ejecutivo de negocios
- Suficiencia de comunicación clara en medios escritos y verbales
- Disposición de trabajar en equipo
- Capacidad de decisión
- Rapidez de reacción
- Capacidad de liderazgo
- Persona dinámica, extrovertida y práctica
- Metódico, organizado y proactivo

Se estipula con precisión lo que se espera de este asesor respecto del número de clientes que debe atender. En promedio se estiman 30 minutos para atender a cada cliente, lo que daría como resultado 14 clientes diarios atendidos en 7 horas. La octava hora restante la destina así: 30 minutos para archivo y planeamiento del día siguiente y 30 minutos para el registro y ordenamiento de la contabilidad propia de la empresa. Con esto el número de clientes que este asesor atendería al mes se estima en 280.

Como política de crecimiento de la empresa y luego de que el mercado se haya consolidado, se pretende atender más clientes. Se contrata un auxiliar adicional que utiliza 7 horas y medio de su tiempo en atención de clientes y la restante media hora para archivo y planeamiento del día siguiente. El número total de clientes que a partir del cuarto año este auxiliar atendería al mes sería 300.

#### **Auxiliar tributario domicilio**

Se encarga de la atención de los casos de clientes que requieran la visita domiciliar para el trámite de sus solicitudes. Debe revisar la documentación del cliente, descartar comprobantes no válidos, cuantificar los montos de devolución, cobrar por el servicio y emitir factura manual, archivar digitalmente toda la información y pasar el trámite listo al mensajero.

El estudio de mercado arrojó como resultado que la mayoría de clientes prefieren recibir el servicio a domicilio. Por ello, este puesto requiere de dos personas como mínimo, para el primer año de funcionamiento de la empresa de acuerdo a la proyección que se contempla en el plan. Debe ser un Contador Bachiller Autorizado, con licencia para manejar motocicleta.

Ya que el asesor tributario es el principal propulsor de generación de ingresos para la empresa, es necesario que posea habilidades específicas detalladas a continuación:

- Desempeño como ejecutivo de negocios
- Suficiencia de comunicación clara en medios escritos y verbales
- Disposición de trabajar en equipo
- Capacidad de decisión
- Rapidez de reacción
- Persona dinámica, extrovertida y práctica
- Metódico, organizado y proactivo

Se estipula con precisión lo que se espera de este asesor respecto del número de clientes que debe atender. En promedio se estiman 30 minutos para atender a cada cliente y 15 minutos para movilizarse al siguiente, lo que daría como resultado 10 clientes diarios atendidos en 7 horas y media. La media hora restante la destinaria para entrega de facturación y cobranza, archivo y planeamiento del día siguiente. Con esto el número de clientes que cada asesor atendería al mes se estima en 200.

Como política de crecimiento de la empresa y luego de que el mercado se haya consolidado, se pretende atender más clientes. Se contrata un auxiliar adicional que utiliza el tiempo de forma similar a los dos auxiliares existentes, con lo que se sumarían 200 clientes adicionales al servicio, a partir del cuarto año.

### **Tecnólogo de sistemas**

Es quien inicie, alimenta y actualiza la base de datos de los clientes, determinando un número para cada uno, el cual es conocido por todos los empleados de la empresa, en especial por los asesores tributarios. Diseña un sistema que le permita anticipar la visita al cliente (domicilio) o del cliente (instalaciones de la empresa). Esta encargado del contacto telefónico con los clientes que el sistema le notifique y suministra a los asesores tributarios de la agenda diaria de sus labores. Es el encargado de dar soporte y mantenimiento a toda la empresa en lo referente a los sistemas y comunicaciones. Debe ser Tecnólogo de Sistemas de preferencia con conocimientos contables.

Ya que el tecnólogo de sistemas juega un papel clave para el funcionamiento de la empresa, es necesario que posea habilidades específicas detalladas a continuación:

- Suficiencia de comunicación clara en medios escritos y verbales
- Disposición de trabajar en equipo
- Capacidad de decisión
- Rapidez de reacción
- Capacidad de liderazgo
- Persona dinámica, extrovertida y práctica



- Metódico, organizado y proactivo

### **Secretaria recepcionista**

Es la primera imagen tanto visual como telefónica de la empresa por lo que debe contar con una presencia distinguida e impecable. Trabaja a tiempo completo y como una de sus principales funciones esté encargada de la cobranza y facturación directa de los clientes que prefieran recibir el servicio en las instalaciones de la empresa. Es responsable de la caja chica. También receipta la facturación y cobranza que los asesores tributarios de domicilio deben entregar inmediatamente después de su llegada a la empresa. Al finalizar cada jornada, cierra y cuadra caja, enviando el depósito con el mensajero.

Además de sus labores inherentes, tendrá bajo su responsabilidad la cafetería y el manejo de la bodega de materiales y suministros de oficina y computación.

Debe acreditar título de secretaria ejecutiva con conocimientos contables.

### **Mensajero**

Trabaja a tiempo completo, con la función de ingresar al SRI, todos los trámites de devolución que los asesores tributarios le entreguen diariamente. Tendrá a su cargo el depósito diario de valores y la realización de todos los trámites laborales que requieran el resto de sus compañeros. Todos los trámites que este empleado debe realizar no superan los 400 metros a la redonda por lo que no se contempla movilización. Se requiere que sea bachiller y además de las funciones inherentes de su cargo es el responsable de mantener la limpieza de toda la oficina y de custodiar y manejar la bodega de útiles de aseo.

## **2.2.4 ESTUDIO FINANCIERO**

Es momento de establecer las inversiones a realizar, así como sus montos respectivos, el financiamiento requerido para complementar dicha inversión, también los estimados de ingresos, costos y gastos que se generan y finalmente, los estados proforma de la misma.

La evaluación financiera, incluye algunos resultados, que permiten conocer la posición de la empresa, se presenta el análisis de punto de equilibrio, el de valor actual neto, el de la tasa interna de retorno y el de período de recuperación de la inversión, los que permiten determinar la viabilidad o no del plan.

Debido a que “los flujos netos de caja que se generan en un proyecto de inversión, no son variables ciertas y dado que su cálculo se basa en estimaciones, el análisis... en condiciones de certeza no es suficiente y debe ser completado teniendo en consideración el riesgo” (Martín, 2014). Por ello, las ventas se sitúan por debajo del índice de crecimiento del salario

mínimo vital proyectado y los gastos operacionales se colocan por encima del índice de crecimiento de los precios proyectado.

#### 2.2.4.1 Costo del Servicio

Si bien existe un mismo tipo de servicio, para efectos de cálculo es necesario diferenciar el que se ofrece en las instalaciones de la oficina y el que se brinda en el domicilio del cliente. Dentro del costo de la asesoría se consideran el utilitario Microsoft Office con sus respectivas licencias y el sueldo del auxiliar tributario.

El costo de las licencias se lo hizo tomando en cuenta el valor de la instalada en cada máquina (\$150) considerando que este es un valor que cada año se debe pagar y dividiéndolo para el número de servicios que cada auxiliar genera.

En la definición de perfiles y responsabilidades, se estimó que el auxiliar que permanece en la oficina genera 280 servicios al mes y cada uno de los dos auxiliares que visitan el domicilio del cliente 200 servicios al mes. El costo mensual que incluye sueldo y demás beneficios de un auxiliar tributario es de 600 dólares. A continuación los cuadros que muestran el costo de un servicio de cada uno de los dos diferentes tipos:

**Tabla 2 Costo del Servicio**

<b>Asesoría en Oficina</b>		<b>Asesoría a Domicilio</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Costo Auxiliar Contable	2.14	Costo Auxiliar Contable	3.00
Costo licencia Microsoft	0.54	Costo licencia Microsoft	0.75
<b>Costo de Venta</b>	<b>2.68</b>	<b>Costo de Venta</b>	<b>3.75</b>

#### 2.2.4.2 Inversiones

##### **Propiedad, Planta y Equipo**

En lo referente a los requerimientos de la empresa ya se mencionaron los elementos que son necesarios. A continuación se detalla el resumen de inversiones en propiedad, planta y equipo:

**Tabla 3 Propiedad, Planta y Equipo**

Cant.	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Deprec.
3	Computadores escritorio	600.00	1800.00	0.33
1	Computador escritorio	700.00	700.00	0.33
1	Computador escritorio	800.00	800.00	0.33
1	Laptop	900.00	900.00	0.33
1	Servidor	1500.00	1500.00	0.33
4	Calculadoras escritorio	70.00	280.00	0.20
2	Calculadoras portátiles	60.00	120.00	0.20
4	Teléfonos fijos	60.00	240.00	0.20
4	Teléfonos celulares	100.00	400.00	0.20
1	Central telefónica	350.00	350.00	0.20
3	Impresoras	150.00	450.00	0.33
2	Scanners	250.00	500.00	0.33
1	Fotocopiadora	250.00	250.00	0.20
1	Retroproyector	650.00	650.00	0.20
1	Pantalla	300.00	300.00	0.20
1	Plasma 40"	1200.00	1200.00	0.20
5	Oficinas Amobladas	860.00	4300.00	0.10
1	Biblioteca	250.00	250.00	0.20
2	Motocicletas	1200.00	2400.00	0.20
			<b>17390.00 A</b>	

Para el inicio del cuarto año, es necesario renovar todo el equipo depreciado en los 3 años anteriores (Tabla 4) y también se debe señalar que, de acuerdo a las estimaciones de crecimiento de la empresa, son necesarias compras adicionales de planta y equipo (Tabla 5). Los precios de la planta y el equipo, han sido proyectados de acuerdo a un incremento de 3.98% anual (dato calculado en el análisis del factor económico dentro de los factores que afectan al servicio). Los equipos renovados (valor inicial \$ 5150), se los vende en efectivo obteniendo un valor de rescate de \$ 3000. El único equipo que a pesar de haber cumplido su tiempo de depreciación sigue vigente y se decide mantener es el servidor. Este equipo por medio de un perito se lo revalúa afectando el patrimonio con un valor estimado en \$ 1000. Las siguientes tablas muestran las inversiones por renovación y adicionales necesarias en el cuarto año:

**Tabla 4 Renovación Propiedad, Planta y Equipo cuarto año**

Cant.	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Deprec.
3	Computadores escritorio	674.53	2023.59	0.33
1	Computador escritorio	786.95	786.95	0.33
1	Computador escritorio	899.37	899.37	0.33
1	Laptop	1011.79	1011.79	0.33
3	Impresoras	168.63	505.90	0.33
2	Scanners	281.05	562.11	0.33
			<b>5789.71</b>	

**Tabla 5 Crecimiento Propiedad, Planta y Equipo cuarto año**

Cant.	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Deprec.
2	Computadores escritorio	674.53	1349.06	0.33
1	Calculadora escritorio	786.95	786.95	0.20
1	Calculadora portátil	67.45	67.45	0.20
1	Teléfono fijo	67.45	67.45	0.20
1	Teléfono celular	112.42	112.42	0.20
1	Motocicleta	1349.06	1349.06	0.20
			<b>3732.39</b>	

**Gastos de Arranque**

Los gastos de arranque (ya analizados anteriormente cuando se habló de los requerimientos del plan de negocio) suman la cantidad de 3700 dólares. Los mismos que se detallan en la Tabla 6. Estos gastos, según el Dr. Edmundo Flórez, especialista en Normas Internacionales de Información Financiera deben ser cargados directamente al gasto. Esto es fundamental considerar, ya que hasta hace poco en el Ecuador, estos gastos se amortizaban a cinco años plazo. El impacto de cargarlos al gasto en el primer año, se refleja en el estado de resultados.

**Tabla 6 Gastos de Arranque**

	Valor Total
Plan de negocios	1000
Constitución legal	1500
Rotulación	700
Gastos Preoperacionales	500
	<b>3700 B</b>

**Capital de Trabajo**

El monto necesario hasta que empiece el flujo normal de efectivo para el período de dos meses fue estimado, asumiendo una ocupación del 100% de la capacidad productiva de los empleados.

**Tabla 7 Capital de Trabajo (2 meses)**

<b>Costo Servicio Asesoría en Oficina</b>		
Costo Unitario X # de Serv. al mes X 2		
2.68 X 280 X 2 =	<b>1500.00</b>	
<b>Costo Servicio Asesoría a Domicilio</b>		
Costo Unitario X # de Serv. al mes X 2		
3.75 X 400 X 2 =	<b>3000.00</b>	
<b>Total Capital de Trabajo (2 meses)</b>	<b>4500.00 C</b>	

El plan no contempla ingresos por ventas, los dos primeros meses. Todo el personal, siguiendo las directrices del Gerente, tendrá como su función principal el conseguir clientes. Contablemente este rubro se somete al mismo tratamiento que los Gastos de Arranque. La Tabla 7 muestra los cálculos.

### **Inversión Inicial**

La inversión total inicial es la sumatoria de la inversión en Propiedad, Planta y Equipo (A), más la suma de la inversión en gastos de arranque (B) y más el capital de trabajo estimado para dos meses (C).

<b>INVERSIÓN TOTAL (A + B + C)</b>	<b>25590.00</b>
------------------------------------	-----------------

### **2.2.4.3 Financiamiento**

#### **Aporte Accionistas**

Se contempla el aporte del 51% por parte de un accionista principal es decir 13.050.90 dólares. También se considera la búsqueda y participación de dos accionistas más cada uno con un aporte del 15% es decir 3.838,50 dólares.

#### **Crédito Corto Plazo**

El resto de la inversión total inicial 4.862,10 dólares a través de un préstamo otorgado por una entidad bancaria del país a una tasa del 16.30% de interés anual (Anexo 14). El préstamo se paga a un año plazo.

### **2.2.4.4 Explotación**

#### **Ventas**

El valor de las ventas anuales es el resultado de la multiplicación entre el número de servicios que se brinden por el precio. El número de servicios mensuales para los tres primeros años se estimó en 280 para el auxiliar que permanece en la oficina y para cada uno de los dos auxiliares que visitan el domicilio del cliente en 200 servicios al mes. El total de clientes atendidos en el mes serían 680, cifra muy inferior al mercado objetivo que estaría dispuesto a contratar el servicio y que según la investigación de mercado arrojó un total de 2221 adultos mayores.

El precio para las asesorías tiene dos componentes: primero el porcentaje y segundo el monto recuperado. Del análisis de los resultados de la investigación de mercado, se encontró los dos componentes. En cuanto al porcentaje se establece que el cobro es del 10% si el

servicio es en las instalaciones de la empresa y del 15% si el servicio se lo brinda en el domicilio del cliente. Y en cuanto al monto mensual recuperado (\$109.08), el valor que sirve para establecer las ventas del plan, viene dado por el valor promedio de consumos realizados mediante comprobantes de venta de \$909 por el porcentaje del IVA.

**Tabla 8 Ventas Anuales**

Servicio	# Serv.	Precio	Ventas	Ventas	Descuento	Ventas
	al mes	Unitario	mes	año	en Ventas	Netas
Asesoría en Oficina	280	10.91	3054.24	30542.40	1527.12	29015.28
Asesoría a Domicilio	400	16.36	6544.80	65448.00	3272.40	62175.60
				<b>Total primer año</b>		<b>91190.88</b>
Servicio	# Serv.	Precio	Ventas	Ventas	Descuento	Ventas
	al mes	Unitario	mes	año	en Ventas	Netas
Asesoría en Oficina	280	11.56	3237.49	38849.93	1942.50	36907.44
Asesoría a Domicilio	400	17.34	6937.49	83249.86	4162.49	79087.36
				<b>Total segundo año</b>		<b>115994.80</b>
Servicio	# Serv.	Precio	Ventas	Ventas	Descuento	Ventas
	al mes	Unitario	mes	año	en Ventas	Netas
Asesoría en Oficina	280	12.26	3431.74	41180.93	2059.05	39121.88
Asesoría a Domicilio	400	18.38	7353.74	88244.85	4412.24	83832.60
				<b>Total tercer año</b>		<b>122954.49</b>
Servicio	# Serv.	Precio	Ventas	Ventas	Descuento	Ventas
	al mes	Unitario	mes	año	en Ventas	Netas
Asesoría en Oficina	560	12.99	7275.30	87303.57	4365.18	82938.39
Asesoría a Domicilio	600	19.49	11692.44	140309.31	7015.47	133293.84
				<b>Total cuarto año</b>		<b>216232.23</b>
Servicio	# Serv.	Precio	Ventas	Ventas	Descuento	Ventas
	al mes	Unitario	mes	año	en Ventas	Netas
Asesoría en Oficina	560	13.77	7711.82	92541.78	4627.09	87914.69
Asesoría a Domicilio	600	20.66	12393.99	148727.87	7436.39	141291.47
				<b>Total quinto año</b>		<b>229206.17</b>

**Tabla 9 Resumen Ventas Proyectadas en dólares**

VENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Asesoría en Oficina	29015.28	36907.44	39121.88	82938.39	87914.69
Asesoría a Domicilio	62175.60	79087.36	83832.60	133293.84	141291.47
<b>Total Ventas</b>	<b>91190.88</b>	<b>115994.80</b>	<b>122954.49</b>	<b>216232.23</b>	<b>229206.17</b>

El aumento del precio para el servicio de este tipo de asesoría no se produce como una política interna de la empresa, sino más bien como resultado del aumento de una de las variables que inciden en los consumos realizados mediante comprobantes de venta. Sobre la una variable que es el porcentaje del impuesto del 12% no existe ningún tipo de cambio que haya sido anunciado por el organismo correspondiente. Pero, sobre la otra variable que es el

salario mínimo vital, existe una proyección de su tasa de crecimiento que ya se analizó y calculó, cuando se habló de los factores económicos que inciden en el servicio, y cuyo resultado es del 9.07% cada año. El plan contempla trabajar con un porcentaje del 6%, en cuanto a esta variable para los 5 años que se proyectan los resultados, ya que se estima que un incremento en el monto máximo de devolución no constituye un aumento en la misma proporción, del total de compras realizadas mediante comprobantes de venta.

Sin embargo, el plan concibe el crecimiento en 280 asesorías en oficina y 200 asesorías a domicilio para el cuarto año.

Un dato que debe ser tomado en cuenta, es que el plan contempla cero ventas para los dos primeros meses del año, donde el capital de trabajo es el que soportaría el pago de la operación de la empresa.

Desde el inicio, varios clientes se acogen al descuento en ventas detallado como una de las estrategias de mercado, específicamente de precio, lo que representa según la propuesta, una disminución del 5% anual a las ventas. La tabla 8 muestra las ventas para cada uno de los años y la tabla 9 resume la proyección para los próximos cinco años.

## Costo de Ventas

**Tabla 10 Costo de Ventas (%)**

AÑO 1					
Servicio	# Serv. al mes	Costo Unitario	Costo mes	Costo anual	Costo de Ventas %
Asesoría en Oficina	280	2.68	750.00	9000.00	31.02
Asesoría a Domicilio	400	3.75	1500.00	18000.00	28.95
AÑO 2					
Servicio	# Serv. al mes	Costo Unitario	Costo mes	Costo anual	Costo de Ventas %
Asesoría en Oficina	280	2.79	779.85	9358.20	25.36
Asesoría a Domicilio	400	3.90	1559.70	18716.40	23.67
AÑO 3					
Servicio	# Serv. al mes	Costo Unitario	Costo mes	Costo anual	Costo de Ventas %
Asesoría en Oficina	280	2.90	810.89	9730.66	24.87
Asesoría a Domicilio	400	4.05	1621.78	19461.31	23.21
AÑO 4					
Servicio	# Serv. al mes	Costo Unitario	Costo mes	Costo anual	Costo de Ventas %
Asesoría en Oficina	560	3.01	1686.32	20235.87	24.40
Asesoría a Domicilio	600	4.22	2529.48	30353.81	22.77
AÑO 5					
Servicio	# Serv. al mes	Costo Unitario	Costo mes	Costo anual	Costo de Ventas %
Asesoría en Oficina	560	3.13	1753.44	21041.26	23.93
Asesoría a Domicilio	600	4.38	2630.16	31561.89	22.34

Este valor se utiliza para efectos de cálculo como un porcentaje del total de las ventas. Cada una de las dos asesorías tiene su propio costo de ventas, el mismo que se detalló, cuando se estudió el costo de los servicios para el primer año.

El incremento de los costos a partir del segundo año, ha sido proyectado al 3.98% anual (dato calculado en el análisis del factor económico dentro de los factores que afectan al servicio). La tabla 10 muestra el costo de ventas para cada uno de los años.

### **Gastos Operacionales**

Si bien es cierto, el porcentaje de crecimiento estimado de los precios, proyectado dentro del análisis del factor económico arrojó como resultado el 3.98%, para efectos del plan se estima que experimentan un crecimiento anual del 6% (igual al que se utilizó para las ventas) y sobre este porcentaje se efectúan las proyecciones. Excepto los gastos de propaganda y publicidad, capacitación del personal y otros e imprevistos que se contemplan como porcentajes de las ventas totales.

#### **Arriendo**

El valor promedio que se maneja en el sector en el que se piensa instalar la oficina, para una de las características que se plantean, está en 650 dólares mensuales incluido el IVA.

#### **Propaganda y Publicidad**

La suma de todos los esfuerzos que se describen en las estrategias de servicio y de promoción, excepto el rubro de combustibles y lubricantes que se lo trata por separado, se estima en el 2.5% del total anual de las ventas.

#### **Servicios Públicos**

Dentro de este rubro se considera el consumo de agua, luz, teléfono, internet y servicio de cable. El valor mensual que se estima gastar por este concepto es de 180 dólares para el primer año.

#### **Sueldos**

Se incluyen en este rubro los salarios y beneficios sociales. Es importante destacar que dentro de esta cuenta no se considera el pago a los auxiliares ya que su valor fue considerado parte del Costo de Ventas. Excepto \$200 que se pagan adicionalmente al auxiliar tributario de la oficina, por su manejo de lo laboral, de la contabilidad y de la tributación de la propia empresa diseñada. A continuación un cuadro que detalla este gasto para el primer año:



**Tabla 11 Gasto Sueldos**

Cargo	Cant.	Sueldo +	Total	Gasto
		Beneficios	Mensual	Anual
Gerente	1	2000	2000	24000
Asesor Tributario Oficina	1	200	200	2400
Tecnólogo Sistemas	1	600	600	7200
Secretaria Recepcionista	1	500	500	6000
Mensajero	1	400	400	4800
			<b>TOTAL</b>	<b>44400</b>

### **Combustibles, Lubricantes y Mantenimiento**

El valor promedio de gasto por este rubro para cada motocicleta se estima en \$50 dólares mensuales para el primer año. Hay que considerar que a partir del cuarto año se suma una motocicleta más a la operación.

### **Suministros de Oficina**

Son todos los necesarios para el normal desarrollo de la empresa. El valor mensual aproximado de este gasto se estima en 70 dólares mensuales para el primer año.

### **Mantenimiento Equipos**

Se contrata el servicio de mantenimiento tanto para los equipos de oficina como para los de computación. Se estableció este costo en un pago de 40 dólares mensuales que cubre el servicio preventivo y ocurrente.

**Tabla 12 Gastos Operacionales**

(crecen al 6% anual)	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Arriendo	7800.00	8268.00	8764.08	9289.92	9847.32
Propaganda y Publicidad	2279.77	2899.87	3073.86	5405.81	5730.15
Servicios Básicos	2160.00	2289.60	2426.98	2572.59	2726.95
Sueldos	44400.00	47064.00	49887.84	52881.11	56053.98
Combustibles, Lubricantes y Mantenimiento	1200.00	1272.00	1348.32	2143.83	2272.46
Suministros de Oficina	840.00	890.40	943.82	1000.45	1060.48
Mantenimiento Equipos	480.00	508.80	539.33	571.69	605.99
Capacitación Personal	911.91	1159.95	1229.54	2162.32	2292.06
Otros e Imprevistos	2735.73	3479.84	3688.63	6486.97	6876.18
<b>TOTAL</b>	<b>60071.68</b>	<b>64352.62</b>	<b>68213.78</b>	<b>76027.73</b>	<b>80589.39</b>

### **Capacitación Personal**

Este es uno de los objetivos que se detallaron en la visualización de la empresa planeada. Es importante destacar que el conocimiento que tienen los empleados, de que su capacitación depende del volumen de ventas los hace esforzarse para que aumente.

### **Otros e Imprevistos**

Este es un rubro estimado en el 3% del total de ventas. Aquí se pueden ubicar gastos como afiliaciones a revistas y periódicos, cafetería, útiles de aseo y en general todos los que el autor de esta tesis no haya contemplado y puedan estar quedando de lado.

La tabla 12 muestra la proyección para cinco años de los gastos operacionales.

### **Gastos de Depreciación**

Son los que se produzcan por el uso, desuso o abuso de la propiedad planta y equipo, con que cuente la empresa de acuerdo a un porcentaje anual fijado por ley, del cual se puede solicitar cambios de acuerdo a la naturaleza del activo, pero que para efectos del plan se mantuvo en los porcentajes habituales ya detallados en la Tabla 3. Este gasto se refleja más adelante en el Estado de Resultados.

### **Gastos Financieros**

Dado que el plan ha sido concebido para que un préstamo bancario complete la inversión inicial requerida, este rubro lo conforman los intereses que genera el préstamo a un año plazo.

### **Impuestos**

Para objeto de presentación de balances se trabaja con el factor del 33.7% que es el producto del 15% de participación de trabajadores y del 22% de impuesto a la renta.

### **Activo Circulante**

#### **Rotación de Stocks**

Indica la relación entre las ventas y las existencias. Para el servicio de asesoría que el plan persigue se estima este índice en 120. Lo que se interpreta en que el servicio permanece tres días en la empresa elaborándose antes de salir. Un día mientras se agenda, otro día mientras se elabora la solicitud y otro día en que la solicitud es ingresada al SRI.

#### **Plazo de Cobro**

Plazo en días que se concede para el cobro de clientes desde el momento de la venta y que como política la empresa establece en 1 día.

#### **Plazo de Pago**

Plazo en días que conceden los proveedores para pagarles, desde el momento de la compra de bienes o prestación de servicios y que se estima permanezca en 15 días.

## **2.2.4.5 Estado de Resultados**

El Estado de Resultados permite determinar en última instancia, la Ganancia o Pérdida Neta obtenida en cada período relacionando los ingresos y todos los costos y gastos necesarios para producir dichos ingresos.

Las ventas, el costo de ventas y los demás gastos operacionales fueron ya calculados y establecidos anteriormente. Como se observa los Gastos Preoperacionales (gastos de arranque + capital de trabajo) afectan el resultado del primer periodo exclusivamente.

**Tabla 13 Estado de Resultados**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	91190.88	115994.80	122954.48	216232.23	229206.16
(-) Costo de Ventas	27000.38	28079.70	29187.16	50587.97	52602.50
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>64190.50</b>	<b>87915.10</b>	<b>93767.32</b>	<b>165644.26</b>	<b>176603.66</b>
<b>GASTOS</b>					
Arriendo	7800.00	8268.00	8764.08	9289.92	9847.32
Propaganda y Publicidad	2279.77	2899.87	3073.86	5405.81	5730.15
Servicios Básicos	2160.00	2289.60	2426.98	2572.59	2726.95
Sueldos	44400.00	47064.00	49887.84	52881.11	56053.98
Combustibles, Lubricantes y Mantenimiento	1200.00	1272.00	1348.32	2143.83	2272.46
Suministros de Oficina	840.00	890.40	943.82	1000.45	1060.48
Mantenimiento de Equipos	480.00	508.80	539.33	571.69	605.99
Capacitación Personal	911.91	1159.95	1229.54	2162.32	2292.06
Otros e Imprevistos	2735.73	3479.84	3688.63	6486.97	6876.18
Depreciación Propiedad, Planta y Equipo	3934.45	3934.45	3934.45	4574.03	4574.03
Gastos Preoperacionales	8200.00				
<b>Otros Ingresos Gastos</b>					
Gastos Financieros	792.51				
Venta de Equipo Depreciado				3000.00	
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos</b>	<b>-11543.87</b>	<b>16148.19</b>	<b>17930.47</b>	<b>81555.54</b>	<b>84564.06</b>
Impuestos		5441.94	6042.57	27484.22	28498.09
<b>Ganancia (Pérdida) neta del Período</b>	<b>-11543.87</b>	<b>10706.25</b>	<b>11887.90</b>	<b>54071.32</b>	<b>56065.97</b>

Los gastos financieros aparecen exclusivamente en el año 1 donde se pagan intereses por concepto del préstamo adquirido. Al inicio del cuarto año se refleja la venta del Equipo de Computación depreciado. El factor del 33.7% correspondiente a la Participación de los Trabajadores y el Impuesto a la Renta aparecen juntos en el rubro denominado Impuestos.

El primer año la empresa soporta una pérdida. “En esta fase es importante asumir estas posibles pérdidas y luchar más por el reconocimiento del producto o la marca que por los posibles beneficios” (Valda, 2014). A continuación se muestra la proyección del estado de resultados a cinco años:

#### **2.2.4.6 Balance de Situación**

El Balance de Situación es “un estado contable que recoge los bienes, derechos y obligaciones de una empresa, así como las aportaciones de los socios. Es un documento que informa de la situación patrimonial de la empresa” (Soriano, 2010, pág. 37).

De la misma forma que el Estado de Resultados, para el presente estudio se lo ha proyectado a cinco años. Se compone de dos partes: Activo y Pasivo + Patrimonio.

**Tabla 14 Balance de Situación**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>					
<b>Activos corrientes</b>					
Efectivo	1234.58	10971.71	26811.28	76387.17	137050.98
Inventario	225.00	234.00	243.23	421.57	438.36
Cuentas por Cobrar	249.84	317.79	336.86	592.42	627.96
<b>Activos no corrientes</b>					
Propiedad, planta y equipo	17390.00	17390.00	17390.00	27912.10	27912.10
Depreciación Acumulada	-3934.44	-7868.89	-11803.34	-16377.45	-20951.47
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15164.98</b>	<b>21044.61</b>	<b>32978.03</b>	<b>88935.81</b>	<b>145077.93</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivos corrientes</b>					
Cuentas por Pagar	5980.95	1154.33	1199.85	2086.29	2162.44
<b>PATRIMONIO NETO</b>					
Capital Suscrito	20727.90	20727.90	20727.90	20727.90	20727.90
Reserva por Revaluación de Propiedades, Planta y Equipo				1000.00	1000.00
Pérdida Neta del Ejercicio	-11543.87				
Ganancia Neta del Período		10706.25	11887.91	54071.33	56065.98
Pérdidas Acumuladas		-11543.87	-11543.87	-11543.87	-11543.87
Ganancias Acumuladas			10706.25	22594.16	76665.49
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>15164.98</b>	<b>21044.61</b>	<b>32978.04</b>	<b>88935.81</b>	<b>145077.94</b>

Se debe precisar en este balance, que la revaluación estimada a través de perito valuador para el servidor que se compró en el inicio de las operaciones y que al tercer año dejó de existir contablemente en libros por efectos de depreciación, aparece en el cuarto año como cuenta patrimonial por el valor de \$1000. Como se observa tanto la pérdida del primer año, como las ganancias netas de los siguientes años se acumulan, mientras se espera decisión de la junta directiva del destino que se les quiera dar.

Tanto el Estado de Resultados como el Balance de Situación cumplen con el formato 2014 del Instructivo para Presentación del Juego Completo de Estados Financieros Individuales Bajo NIIF, expedido por la Superintendencia de Compañías.

#### **2.2.4.7 Presupuesto de Tesorería**

Este presupuesto muestra los ingresos y gastos reales, es decir los que representan entradas y salidas físicas de circulante. Su resultado final arroja el Flujo, que constituye el efectivo que genera el plan y que es la base para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno.

**Tabla 15 Presupuesto de Tesorería**

TESORERIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Cobros por Ventas	90.941,16	115.926.04	122.935.93	215.978.44	229.170.45	627.96
Préstamos	4.862,00					
Ampliaciones de Capital	20.728,00			1.000,00		
Otros Deudores						
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>116.531,16</b>	<b>115.926.04</b>	<b>122.935.93</b>	<b>216.978.44</b>	<b>229.170.45</b>	<b>627.96</b>
Compras de Equipos de Computacion	6.650,00					
Compras de Equipos de Oficina	4.040,00					
Compras de Muebles de Oficina	4.300,00					
Compras de Vehiculos	2.400,00					
Compras de Equipos de Computacion II				7.138,77		
Compras de Equipos de Oficina II				1.034,27		
Compras de Vehiculos II				1.349,06		
Compras de Gastos de Arranque	3.700,00					
Compras de Capital de Trabajo	4.500,00					
Compras de Equipos de Computación				1.000,00		
Revaluados						
Devolución de Préstamos		4.862,00				
Arriendo	7.800,00	8.268,00	8.764,08	9.289,92	9.847,32	
Propaganda y Publicidad	2.279,77	2.899,87	3.073,88	5.405,81	5.730,15	
Servicios Basicos	2.160,00	2.289,60	2.426,98	2.572,59	2.728,95	
Sueldos	44.400,00	47.064,00	49.887,84	52.881,11	56.053,98	
Combustibles, Lubricantes y	1.200,00	1.272,00	1.348,32	2.143,83	2.272,46	
Mantenimiento						
Suministros de Oficina	840,00	890,40	943,82	1.000,45	1.060,48	
Mantenimiento de Equipos	480,00	508,80	539,33	571,69	605,99	
Capacitacion Personal	911,91	1.159,95	1.229,54	2.162,32	2.292,06	
Otros e Imprevistos	2.735,73	3.479,84	3.688,63	6.486,97	6.876,18	
Venta de Equipo Depreciado				-3.000,00		
Gastos Financieros	793,00					
Pagos por Compras	26.107,15	28.053,52	29.151,71	49.879,90	52.543,64	1.724,08
Dividendos						
Impuesto Sociedades		5.441,94	6.042,57	27.484,22	28.498,09	
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>115.297,56</b>	<b>106.189,92</b>	<b>107.096,68</b>	<b>167.400,91</b>	<b>168.507,30</b>	<b>1.724,08</b>
<b>FLUJO</b>	<b>1.233,60</b>	<b>9.736,13</b>	<b>15.839,25</b>	<b>49.575,53</b>	<b>60.663,15</b>	<b>-1.096,12</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>1.233,60</b>	<b>10.970,13</b>	<b>26.809,25</b>	<b>76.384,53</b>	<b>137.048,15</b>	<b>135.951,88</b>

## 2.2.4.8 Evaluación Financiera del plan

### Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio se lo conoce también como Umbral de Rentabilidad y es en esencia, el nivel de operaciones en el que se igualan los ingresos con sus correspondientes costos y gastos. Se lo puede definir también como el volumen mínimo de ventas que deben lograrse para empezar a obtener utilidades.

A continuación se muestra una tabla en la que se compara el punto de equilibrio versus las ventas totales:

**Tabla 16 Punto de Equilibrio de acuerdo al porcentaje de las Ventas**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Umbral de Rentabilidad</b>	102734.8	99846.61	105024	137676.69	144642.1
<b>Ventas Totales</b>	91190.88	115994.80	122954.48	216232.23	229206.16
<b>% de las V. T.</b>	<b>113%</b>	<b>86%</b>	<b>85%</b>	<b>64%</b>	<b>63%</b>

Se aprecia que en el primer año, las ventas no cubrieron a los costos y gastos del plan, pero a partir del segundo año y en especial en el cuarto el porcentaje disminuye, lo que demuestra que la empresa se vuelve más eficiente al aumentar las ventas, ya que la capacidad instalada lo permite.

### **Valor Actual Neto**

El Valor Actual Neto (VAN) “consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos... y el valor... de las inversiones. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados” (Jiménez, Espinoza, & Fonseca, 2007, pág. 81).

La Inversión Inicial y su monto ya fue motivo de análisis. El Presupuesto de Tesorería arrojó los flujos que deben traerse a valor presente. Para ello, es necesario determinar la tasa a utilizar. El Banco Central maneja a mayo de 2014 como tasa de interés pasiva efectiva máxima vigente la de 5.19%. Sin embargo se estima que para los accionistas del presente plan esta tasa no es atractiva y debe comparársela contra una tasa mínima esperada del 25% anual.

El diseño no concibe un valor de rescate del negocio para que el estudio sea más estricto y los resultados más seguros ante circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado.

A continuación los cálculos y el resultado:

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= -II + \text{FNC}1/(1+i) + \text{FNC}2/(1+i)^2 + \dots + \text{FNC}n/(1+i)^n \\
 \text{VAN} &= -25.590,00 + 1.233,60/1,25 + 9.736,13/(1,15)^2 + \\
 &\quad 15.839,25/(1,15)^3 + 49.575,53/(1,15)^4 + 60.663,15/(1,15)^5 \\
 \text{VAN} &= -33.300,20 + 986,88 + 6.231,12 + 8.109,70 + \\
 &\quad 20.306,14 + 19.878,10 \\
 \text{VAN} &= \quad \quad \quad \mathbf{29.921,94}
 \end{aligned}$$

Un VAN mayor que cero establece que el plan puede aceptarse.

### **Tasa Interna de Retorno**

La tasa interna de rentabilidad de una inversión, con la cual el valor actual neto (VAN) es igual a cero se conoce como Tasa Interna de retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los gastos con el valor futuro de los ingresos previstos, se utiliza para “comparar con otras opciones de inversión” (Aguirre, 1997, pág. 205) los resultados que arroje cualquier plan de negocio que se encuentre en estudio. Para efectos del actual plan se fijó una tasa mínima esperada del 25%.

Si la tasa de rendimiento del plan (expresada por la TIR) supera a la tasa mínima esperada, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

“Su cálculo se hace por aproximaciones sucesivas... si se obtiene... un valor positivo, se sigue aumentando la tasa hasta que se llegue al primer valor negativo. Finalmente utilizando la fórmula de extrapolación se llega a un aproximado del valor de la tasa” (Aguirre, 1997, pág. 206), los cálculos se presentan a continuación:

**Tabla 17 Cálculo de la TIR**

AÑOS	FLUJOS	0.50		0.55	
		(1+r) <sup>n</sup>	Fci / (1+r) <sup>n</sup>	(1+r) <sup>n</sup>	Fci / (1+r) <sup>n</sup>
0	-25590.00	0.0000	-25590.00	0.0000	-25590.00
1	1233.60	1.5000	822.40	1.5500	795.87
2	9736.13	2.2500	4327.17	2.4025	4052.50
3	15839.25	3.3750	4693.11	3.7239	4253.43
4	49575.53	5.0625	9792.70	5.7720	8588.96
5	60663.15	7.5938	7988.56	8.9466	6780.57
			<b>2033.94</b>		<b>-1118.66</b>

TIR = Tasa resultado positivo + Diferencia entre tasas (Resultado positivo / Resultado positivo + Resultado negativo)

TIR = 50 + 5 (2033.94 / 3152.60 )

TIR = 50 + 3.25

**TIR = 53.25 %**

La tasa que dio como resultado que la sumatoria de flujos traídos a valor actual menos la inversión inicial fuera positiva se ubicó en 50% y la tasa que dio como resultado que la sumatoria de flujos traídos a valor actual menos la inversión inicial fuera negativa se ubicó en 55%. Aplicando la fórmula la TIR resultante para el presente plan de 53.25% es superior a la tasa mínima esperada del 25% por lo que el plan de negocio es viable y atractivo para los inversionistas.

### **Período de Recuperación**

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) “se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial” (Espinoza, 2007, pág. 128). Por su sencillez y aplicabilidad, se lo considera un indicador muy útil en la medición tanto de la liquidez de un plan de negocio como también en el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Este indicador, al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, es un instrumento financiero que permite optimizar el proceso de toma de decisiones. A continuación su fórmula, cálculo y resultado:

PRI = 1 / TIR

PRI = 1 / 0.5325

PRI = 1.88

**PRI = 1 año, 317 días**

Este período de recuperación de la inversión de prácticamente 2 años, es atractivo y conveniente a los propósitos de cualquier inversionista que se interese en el presente plan de negocio.

### **2.3 VALORACIÓN DE LA PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO POR CRITERIO DE ESPECIALISTAS**

Toda vez que el plan de negocio ha sido diseñado, que se ha llegado a establecer un nivel de mercado potencial atractivo, que los posibles réditos financieros son evidentes y que el beneficio para este sector de la población es incuestionable, el autor de esta tesis lo sometió a valoración teórica por el criterio de especialistas.

Se elaboró y aplicó una encuesta (Anexo 6) a tres especialistas que fueron seleccionados bajo los siguientes criterios:

- \* Más de 15 años de experiencia profesional en temas relacionados con la propuesta
- \* Formación académica de cuarto nivel en áreas del conocimiento afines
- \* Experiencia en docencia universitaria (preferible)

Sobre esta base de selección la muestra de especialistas quedó conformada así:

- Maestría en Contabilidad y Auditoría (2)
- Maestría en Administración y Dirección de Empresas (1)
- Más de 15 años de experiencia laboral en temas contables, tributarios y de negocios (3)
- Experiencia como docente universitario (1)
- Experiencia como docente universitario y de posgrado (2)

A continuación se incluyen todas las respuestas obtenidas a las nueve inquietudes planteadas:

**1. ¿Considera usted que los factores que afectan el servicio, son de una magnitud e importancia tal, que imposibilitan la creación de la empresa que se propone?**

- No. Considero que siempre existirán factores adversos y que todas las empresas deben saber enfrentarlos.
- No. Son los normales dentro de cualquier mercado.
- Pienso que el único factor que puede poner en real peligro a la empresa que se constituya, es el tecnológico.



**2. ¿Piensa que la fundamentación y componentes estructurales del plan de negocio son apropiados para este tipo de estudio?**

- Se puede ver que la fundamentación cumple su objetivo ya que llega a determinar con éxito los datos que se requiere para el estudio.

- Es interesante observar que se utilizaron varios mecanismos para conseguir la información y es palpable que su diseño y aplicabilidad son adecuados.

- Considero que el investigador esquematizó adecuadamente el plan de negocio e incluyó todos los elementos que se acostumbra para llegar a establecer resultados que permiten toma de decisiones.

**3. ¿Piensa que la investigación de mercado realizada, así como los resultados que arroja, son suficientes y concluyentes para el diseño del plan?**

- Si, la investigación cumple con todos los requisitos científicos. Y sus resultados abarcan la muestra requerida.

- En efecto, existe un buen desarrollo de la parte investigativa.

- En realidad, la encuesta es muy clara y los resultados que arrojó son determinantes para lo que se persigue.

**4. ¿Qué observaciones podría hacer en cuanto a las estrategias de mercado planteadas para el presente plan de negocio?**

- Pienso que son suficientes.

- De pronto, dependiendo de la buena aceptación o no del servicio, propondría spots publicitarios por radio.

- Creo que son los precisos para el inicio.

**5. ¿Estima usted que los requerimientos del plan de negocio están dentro de los parámetros normales para el inicio de una empresa de estas características?**

- Si, al parecer es lo que se necesita.

- Son suficientes.

- Pienso que están bien planeados.

**6. ¿Qué opinión le merece el estudio financiero aplicado al presente plan de negocio?**

- Es completo y tiene un buen nivel de criterio contable-tributario.

- Cumple con los requisitos normalmente establecidos.

- Mantiene un buen nivel financiero y las tasas de crecimiento, como las tasas esperadas han sido bien pensadas.

**7. ¿Cuán novedoso y atractivo financieramente le parece el presente plan de negocio?**

- No he escuchado de una empresa especializada en este servicio y creo que es una excelente idea.

- Es muy innovador, sin embargo habrá que tomar muy en cuenta el aspecto cultural de este tipo de clientes.

- Por los rendimientos que se lograrían, es indudable que es buena idea implementarlo.

**8. ¿Qué tan factible de aplicar es el plan de negocio que usted acaba de valorar?**

- Completamente factible en nuestro país.

- De aplicación inmediata.

- De fácil aplicación y consecución ya que la inversión que se necesita no es muy alta.

**9. Finalmente. Comparta cualquier opinión adicional que considere pertinente.**

- A la par de la devolución de IVA e ICE. Se podría pensar en otros servicios a este tipo de clientes, como las declaraciones de sus impuestos.

- Este tipo de clientes puede requerir de otros servicios a domicilio, como la realización de sus compras, el pago de servicios y diferentes trámites que podrían ser ofertados por la empresa.

- Es un excelente plan de negocio, muy completo. En la práctica, será una excelente herramienta de ayuda social para las personas de la tercera edad.

De forma general, se puede concluir que el plan de negocio fue valorado positivamente por los especialistas. Sus criterios y acotaciones son muy profesionales y deben considerarse a la hora de una posible implementación.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- La mayoría de personas de la tercera edad en el cantón Rumiñahui, desconoce de los beneficios tributarios que la ley les otorga para la devolución de sus impuestos. A la par, la asesoría tributaria a este grupo de la población en este sector, no cuenta con ofertantes importantes, ni especializados. La investigación identificó y delimitó el mercado objetivo, que como característica relevante prefiere recibir la asesoría en su domicilio.

- El diseño del plan de negocio basa su propuesta en una primera fase metodológica de investigación, que a través del enfoque adecuado y con la utilización propicia de las herramientas pertinentes, arroja información esencial que permite ir construyendo en orden lógico cada una de las partes de la empresa, así: requerimientos de la empresa, investigación de mercado y estudio financiero. A la pérdida en el ejercicio del primer año, le siguen ganancias consecutivas, que permiten una recuperación de la inversión en un poco menos de dos años y una tasa interna de retorno superior a la tasa esperada utilizada en el plan.

- La valoración teórica de los especialistas consultados fue positiva, por cuanto coinciden en determinar que el plan ha sido bien diseñado, que cumple con todos los parámetros profesionales que se conocen para el efecto, que consigue utilidad para los accionistas y beneficios importantes para el sector de los adultos mayores del cantón Rumiñahui.

### **RECOMENDACIONES**

- Implementar la propuesta de plan de negocio, aprovechando de esta manera la condición actual de la ley, los avances tecnológicos, los ofertantes y los posibles clientes, que es muy favorable.

- En la implementación de la propuesta científica deben considerarse todos los elementos que el diseño del plan de negocio contempla, siguiendo todos los parámetros y lineamientos estipulados, para asegurar por lo menos los resultados esperados que se plantearon.

- El presente plan de negocio fue desarrollado considerando un escenario muy conservador, que se evidencia en las unidades vendidas estimadas para el primer año de operaciones que ascienden a 680 servicios, cuando la investigación arrojó la existencia de

2221 clientes dispuestos a contratarlo. Por lo que, se debe considerar el atacar a mayor número de clientes desde el principio de la implementación de la empresa.

- El diseño del plan contempla el apalancamiento financiero mediante un accionista principal, dos secundarios y el préstamo de una institución financiera privada. Sin embargo, es factible la consecución de apalancamiento público a través de la Corporación Financiera Nacional que tiene líneas de crédito para emprendimientos de toda índole y en especial para los del tipo del presente estudio que tienen una mezcla de lucro y beneficio social.

- El estudio financiero que se aplicó al presente plan de negocio no contempla el análisis de ratios financieros, el mismo que sería provechoso de profundizar para un mejor análisis de los resultados que se obtengan.

- A las utilidades que el presente proyecto arrojaría desde el segundo año es importante darles un buen uso. La reinversión debe ser un factor fundamental de los propósitos de los accionistas para que sus inversiones crezcan y les proporcionen mejores resultados que los que el presente estudio estimó. Una idea es que la empresa abra el servicio en otras ciudades y porque no en la capital.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, J. (1997). *Economía*. Torrealba: Biblioteca IICA - CIDIA.
- Aravena, M., Kimelman, E., Micheli, B., Torrealba, R., & Zúñiga, J. (2006). *Investigación Educativa 1*. Chile: AFEFCE Ecuador UNIVERSIDAD ARCIS Chile.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Registro Oficial 449.
- Ayala, S. (6 de 10 de 2013). Empleo, el privilegio de pocos ancianos. *El Comercio*.
- Bermúdez, L., & Rodríguez, L. (2013). *Investigación en la gestión empresarial* (Primera ed.). Bogota: ECOE Ediciones.
- Borja, R. (1992). *Ley del Anciano*. Quito: Registro Oficial 961-19-VI-1992.
- Borja, R. (1992). *Reglamento General a la Ley del Anciano*. Quito: Registro Oficial 961.
- Branson, R. (12 de 10 de 2013). *Planes de negocios*. Recuperado el 25 de 04 de 2014, de SoyEntrepreneur.com: <http://www.soyentrepreneur.com/26119-de-la-idea-al-negocio-segun-branson.html>
- Casado, D., & López, G. (2001). *Vejez, Dependencia y cuidados de larga duración*. (S. CEGE Creaciones Gráficas, Ed.) Barcelona, España: Fundación La Caixa.
- Cohen, W. (2003). *Cómo ser un consultor exitoso*. Bogotá: Editorial Norma.
- Congreso Nacional. (2001). *Ley Reformatoria a la Ley del Anciano*. Quito: Registro Oficial 438.
- Correa, R. (2010). *REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS*. Quito: Registro Oficial 247.
- De La Vega García, I. (28 de 09 de 2004). *Instituto de Empresa Business School*. Recuperado el 07 de 05 de 2014, de El plan de negocio: una herramienta indispensable: [http://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/plan\\_empresa1.pdf](http://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/plan_empresa1.pdf)
- DefiniciónABC. (s. f.). *Definición de Asesoría*. Recuperado el 10 de 05 de 2014, de DefiniciónABC tu diccionario hecho fácil: <http://www.definicionabc.com/general/asesoria.php>
- Di Pascua, D. (02 de 2008). *La empresa y como diferenciarse de la competencia. Las Relaciones Públicas y su valor agregado*. Recuperado el 07 de 05 de 2014, de Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación:

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=123&id\\_articulo=1055](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=123&id_articulo=1055)

- Dillon, M. (2011). LA DEVOLUCIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO PARA PERSONAS DE LA TERCERA EDAD Y SU IMPACTO EN LOS INGRESOS DEL PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO CASO: REGIONAL LITORAL SUR, PERIODO (2009-2010). *Tesis previo a la obtención del Título de Economista con mención en: Economía Internacional y Gestión de Comercio Exterior*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas.
- Director General del Servicio de Rentas Internas. (2013). *NORMAS PARA LA DEVOLUCIÓN DE LOS VALORES PAGADOS POR PERSONAS ADULTAS MAYORES, DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) E IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES (ICE), EN LA ADQUISICIÓN DE BIENES Y/O SERVICIOS, PARA SU USO Y CONSUMO PERSONAL*. Quito: Registro Oficial 113.
- El Universo. (15 de 05 de 2014). Emprendimiento Ecuatoriano Apunta Poco al Valor Agregado. *El Universo*.
- Entrepreneur, S. (06 de 08 de 2009). *Las claves de un estudio financiero*. Recuperado el 07 de 05 de 2014, de Soyentrepreneur.com: <http://www.soyentrepreneur.com/claves-de-un-estudio-financiero.html>
- Erasmus de Rotterdam. (1528). *La temprana educación liberal de los niños*.
- Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- GADMUR. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui 2012-2025*. Sangolquí: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Rumiñahui.
- H. Congreso Nacional. (2004). *Ley de Consultoría*. Quito: Registro Oficial.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Panamericana Formas e Impresos S. A.
- Hurtado, M., & Rodríguez, E. (2009-2010). Impuesto a los Consumos Especiales: Base Imponible. *Tesis Previa a la obtención del título de Contador Público Auditor CPA*. Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- I.N.E.C. (2014). *Inflación Enero 2014*. Quito: Dirección de Estadísticas Económicas.
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., & Ferrer, C. (2006). *Fundamentos de Dirección de Empresas*. Editorial Paraninfo.

- Jiménez, F., Espinoza, C., & Fonseca, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing* (Duodécima ed.). México D.F., México: Pearson Educación.
- Luna, L. (2014). *El dinero electrónico para el Ecuador*. Quito: Colegio de Economistas de Pichincha.
- Martín, S. (2014). *Análisis de escenarios en valoración de inversiones*. Recuperado el 09 de 06 de 2014, de Expansion.com: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/analisis-de-escenarios-en-valoracion-de-inversiones.html>
- MIES. (2012-2013). *Agenda de Igualdad para Adultos Mayores* (Segunda ed.). Quito: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Parlamento Andino. (25 de 05 de 2012). *Informe Ejecutivo 37*. Recuperado el 24 de 04 de 2014, de Tercera Cumbre Social Andina: <http://www.parlamentoandino.org/csa/documentos-de-trabajo/informes-ejecutivos/37-tercera-edad.html>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava ed.). México: Pearson Educación.
- S. R. I. (2014). *Impuesto al Valor Agregado*. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de Información sobre Impuestos: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/102>
- S. R. I. (2014). *Qué es el SRI*. Recuperado el 09 de 05 de 2014, de El SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>
- S.R.I. (s. f.). *Aplicación de Beneficios Tributarios a Personas de la Tercera Edad*. Recuperado el 12 de 05 de 2014, de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/personas-de-la-tercera-edad>
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: El Telégrafo.
- Silva, M. (11 de 07 de 2011). *La importancia de un buen eslogan*. Recuperado el 07 de 06 de 2014, de Blog de Manuel Guillermo Silva: <http://www.manuelsilva.es/marketing-2/la-importancia-de-un-buen-eslogan/>
- Soriano, M. (2010). *Introducción a la Contabilidad y las Finanzas*. Barcelona: Profit Editorial.
- UNECE. (19 de 09 de 2012). *Centro de Noticias ONU*. Recuperado el 14 de 05 de 2014, de ONU: [http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=24474#.U3P\\_3IFdUuc](http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=24474#.U3P_3IFdUuc)
- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento* (Primera ed.). Barcelona: Editorial UOC.
- Vainrub, R. (1996). *Nacimiento de una Empresa*. Caracas: Editorial Texto.

- Valda, J. (28 de 03 de 2014). *El ciclo de vida de un producto*. Recuperado el 11 de 06 de 2014, de Grandes PYMES: <http://jcvalda.wordpress.com/2014/03/28/el-ciclo-de-vida-de-un-producto-2/>
- Varo, J. (1994). *Gestión Estratégica de la Calidad en los Servicios Sanitarios*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Villalobos, J. (01 de 06 de 2012). *Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter*. Recuperado el 10 de 05 de 2014, de Coyuntura Económica: <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- Wikipedia. (27 de 04 de 2014). *Tercera Edad*. Recuperado el 09 de 05 de 2014, de La Enciclopedia Libre: [http://es.wikipedia.org/wiki/Tercera\\_edad](http://es.wikipedia.org/wiki/Tercera_edad)
- Yturalde, E. (2012). *El Proceso de Visualización*. Recuperado el 07 de 06 de 2014, de MISION VISION VALORES: <http://www.misionvisionvalores.com/>



## **ANEXOS**

## Anexo 1 Informativo Referencial Instituciones Financieras

A partir del año 2013, con el propósito de brindar mayor seguridad, facilidad y cobertura a los contribuyentes que soliciten la devolución del IVA a la tercera edad, en sus peticiones deberá constar la forma en la que se requiere la acreditación, la misma que puede ser:

- ▼ En una cuenta Corriente o de Ahorros personal de cualquier institución financiera, o
- ▼ A través de una nota de crédito desmaterializada,

Es necesario indicar que los beneficiarios tienen total libertad de aperturar las cuentas bancarias en cualquier institución financiera registrada de su preferencia.

Si el contribuyente beneficiado no posee cuenta, las siguientes instituciones financieras brindarán facilidades para la apertura de las mismas. Cabe recalcar que estas instituciones respondieron al oficio de invitación, remitido por el Servicio de Rentas Internas, para participar en este proceso.

DISPONIBILIDAD DE INSTITUCIONES FINANCIERAS PARA APERTURA DE CUENTAS A BENEFICIARIOS DE TERCERA EDAD		
INSTITUCION FINANCIERA	REQUISITOS	DEPOSITO INICIAL
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JARDIN AZUAYO	1. Copia de cédula de identidad o pasaporte	Cualquier cantidad que vaya a ahorrar
	2. Copia de certificados de votación (opcional)	
	3. USD 5 en certificados de aportación	
	4. Copia de pago de un servicio básico donde conste la dirección de su domicilio (luz, agua o teléfono)	
	5. Nombre, teléfono y dirección de dos referencias personales	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EL SAGRARIO	1. Copia de cédula de identidad o pasaporte	Sin depósito inicial
	2. Copia de pago de un servicio básico donde conste la dirección de su domicilio (luz, agua o teléfono)	
	3. USD 30 en certificados de aportación	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA BIBLIAN	1. Copia de cédula de identidad o pasaporte	USD 10,00
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PABLO MUÑOZ VEGA	1. Copia de cédula	USD 10,00
	2. Una fotografía tamaño carné	
	3. Carta de luz, agua ó teléfono actualizada	
BANCO DE LOJA	1. Copia de cédula de identidad o pasaporte	Sin depósito inicial
BANCO PICHINCHA	1. Copia de cédula	USD 5,00
	2. Copia de papeleta de votación	
	3. Último pago de luz, agua o teléfono	
	4. Carta de solicitud de apertura de cuenta	
BANCO DEL PACIFICO	<b>Cuenta Lista</b>	USD 5,00
	1. Copia de cédula	
	2. Último pago de luz, agua o teléfono	
BANCO DE GUAYAQUIL	<b>Cuenta Amiga - Banco del Barrio</b>	Sin depósito inicial
	1. Copia de cédula	
	2. Compra del Kit ( USD 5,00), en cualquier Banco del Barrio a nivel nacional.	
	Nota: En este tipo de cuentas se puede realizar acreditaciones de hasta USD 200,00	

**Nota.** Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/personas-de-la-tercera-edad>

## Anexo 2 Solicitud Aplicación Beneficios Tributarios a Personas de la Tercera Edad

Ciudad \_\_\_\_\_, día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20\_\_\_\_

Señores  
Servicio de Rentas Internas

Yo, \_\_\_\_\_ con cédula de ciudadanía N° \_\_\_\_\_, con domicilio tributario en la ciudad de \_\_\_\_\_, con pleno conocimiento de las responsabilidades en que podría incurrir por falsedad, omisión, simulación, ocultación o engaño, certifico que los comprobantes de venta, originales, copias notariadas o certificadas por la casa emisora adjuntos a la presente petición, corresponden a las adquisiciones de bienes y/o servicios que efectué **para mi beneficio personal y que se emitieron a mi nombre.**

Por lo expuesto, solicito que de conformidad a los límites y condiciones que se establecen en el artículo 14 de la Ley del Anciano y artículo 181 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno me sean devueltos los valores del Impuesto al Valor Agregado – IVA e Impuesto a los Consumos Especiales – ICE **como último consumidor**; es decir, hasta un máximo mensual, en base imponible, de cinco remuneraciones básicas unificadas, por el respectivo impuesto, conforme a la información contenida en los comprobantes de venta autorizados para su emisión y que corresponden a los siguiente períodos:

*Ingrese el año y marque con una X los períodos que está solicitando.  
 Ingrese la cantidad total de facturas de la petición que presenta.  
 Por cada formulario se solicitará un año y la cantidad de hasta doce meses.  
 Para una adecuada atención presentar una copia del presente formulario lleno.*

ANO	MES	# FACTURAS	Valor IVA	Valor ICE
	ENE			
	FEB			
	MAR			
	ABR			
	MAY			
	JUN			
	JUL			
	AGO			
	SEPT			
	OCT			
	NOV			
	DIC			
<b>TOTAL</b>				

Solicito que el pago sea realizado mediante lo señalado a continuación, y autorizo se descuente por la transferencia en el caso de acreditación en cuenta.

FORMA DE PAGO			
Nombre de la Institución Financiera: _____			
Número de Cuenta: _____	Tipo de Cuenta:	Ahorros	Corriente
Nombre del dueño de la cuenta: (tal como se encuentra registrado en la Institución Financiera)			
Número de Identificación del dueño de la cuenta: tal como se encuentra registrado en la Institución Financiera C.I. /RUC/PASAPORTE			

En caso de problemas con la acreditación, por favor contactarme a los números de teléfono registrados junto con mi dirección. (Los campos de contacto telefónico convencional y celular son obligatorios).

**UNICAMENTE PARA PRESENTACIÓN DE TERCEROS**

Autorizo para que realice el trámite para la aplicación de beneficios tributarios en mi representación, el (la) Sr. (a).....  
 portador de la cédula de identidad número .....  
 Parentesco o relación con el beneficiario: .....

Atentamente

.....  
 Firma del beneficiario  
 No. C.I.:.....

.....  
 Firma de quien presenta la solicitud por el beneficiario  
 No. C.I.:.....

DOMICILIO TRIBUTARIO					
Ciudad:				Sector:	
Calle Principal:			Intersección:		
No.	Lote:			Edificio:	
Cjda. o Barrio:					
Referencia de ubicación:					
Teléfono convencional:		Celular:	Fax:		

Adicionalmente, informo que con Carné No. \_\_\_\_\_ consta el respectivo registro en el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS).

REQUISITOS DOCUMENTOS QUE DEBE ADJUNTAR	
<b>Si la solicitud es presentada y firmada por el BENEFICIARIO:</b>	
	Copia de la presente solicitud para la fe de recepción.
	Presentación de la cédula de ciudadanía o identidad original del beneficiario
	Copia legible de la cédula de ciudadanía o identidad del beneficiario <i>(si es primera solicitud)</i>
	Comprobantes de venta originales, copias notariadas o certificadas por la casa emisora.
	Copia del certificado bancario. <i>(si es primera solicitud o cambio de cuenta)</i>
<b>Adicionalmente a la documentación del beneficiario deberá adjuntarse:</b>	
<b>En caso de que un tercero presente el formulario:</b>	
	Copia legible de la cédula de ciudadanía o identidad de la persona de la Tercera Edad beneficiaria.
	Copia legible de la cédula de ciudadanía o identidad y papeleta de votación del tercero
<b>En caso de que un tercero firme y presente el formulario</b>	
	Adjuntar poder general o especial a nombre del tercero.
<b>Si la solicitud es presentada por herederos.</b>	
	Posesión efectiva notariada e inscrita en el registro de la propiedad.
	Documentación que justifique su calidad de heredero.
	Partida de defunción.
<b>Si la solicitud es presentada por una persona de nacionalidad extranjera no naturalizada.</b>	
	<i>Si solicita la devolución de un período anterior a la expedición de su cédula de ciudadanía:</i> Copia del documento que acredite la fecha de su inscripción en el Registro de Extranjeros del Departamento Consular del Ministerio de Relaciones Exteriores.

**Entiéndase por primera solicitud, si es la primera vez que presente este formulario.**

**Nota.** Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/personas-de-la-tercera-edad>

### Anexo 3 Entrevista individual semiestructurada funcionario público

## UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA

Señor funcionario público,

Me encuentro realizando mi tesis para obtener el título de magíster en Administración y Dirección de Empresas. Y necesito que conteste las siguientes preguntas que tienen relación con la devolución de IVA e ICE a las personas de la tercera edad en la Regional Norte. Siendo que es una entrevista que requiere información numérica y el tiempo que usted tiene para la misma es corto, no es necesario que precise la información al centavo, sino de forma aproximada:

1. Valor total solicitado por los contribuyentes de la tercera edad para la devolución del IVA e ICE en la provincia de Pichincha en el año 2013. **\$ 18'600.000**
2. Valor total solicitado por los contribuyentes de la tercera edad para la devolución del IVA e ICE en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha en el año 2013. **\$ 1'000.000**
3. Valor total devuelto por el SRI en el caso del IVA e ICE a los contribuyentes de la tercera edad en la provincia de Pichincha en el año 2013. **\$ 15'600.000**
4. Valor total devuelto por el SRI en el caso del IVA e ICE a los contribuyentes de la tercera edad en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha en el año 2013. **\$ 800.000**
5. Total de personas de la tercera edad que constan inscritas para aplicación de beneficios tributarios (devolución de IVA e ICE) en la provincia de Pichincha para los años 2010, 2011, 2012 y 2013. **14.000 personas activas para el año 2013**
6. Total de personas de la tercera edad que constan inscritas para aplicación de beneficios tributarios (devolución de IVA e ICE) en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha para los años 2010, 2011, 2012 y 2013. **600 personas activas para el año 2013**
7. Valor promedio mensual de devolución de IVA e ICE por contribuyente para el año 2013 en la provincia de Pichincha. **\$ 95**
8. Valor promedio mensual de devolución de IVA e ICE por contribuyente para el año 2013 en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha. **\$ 110**

Muchas gracias por su gentil ayuda en este esfuerzo académico.

## Anexo 4 Oficio dirigido al SRI en el que se solicita información

Quito, 7 de mayo de 2014

Señores

### SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

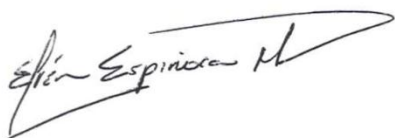
Yo, Efrén Arturo Espinosa Muñoz, estudiante de maestría de la Universidad Tecnológica Israel, me permito acudir a ustedes con el propósito de solicitar la siguiente información referente a la aplicación de beneficios tributarios para las personas de la tercera edad, en la provincia de Pichincha cantón Rumiñahui:

1. Valor total solicitado por los contribuyentes de la tercera edad para la devolución del IVA e ICE en la provincia de Pichincha en el año 2013.
2. Valor total solicitado por los contribuyentes de la tercera edad para la devolución del IVA e ICE en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha en el año 2013.
3. Valor total devuelto por el SRI en el caso del IVA e ICE a los contribuyentes de la tercera edad en la provincia de Pichincha en el año 2013.
4. Valor total devuelto por el SRI en el caso del IVA e ICE a los contribuyentes de la tercera edad en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha en el año 2013.
5. Total de personas de la tercera edad que constan inscritas para aplicación de beneficios tributarios (devolución de IVA e ICE) en la provincia de Pichincha para los años 2010, 2011, 2012 y 2013.
6. Total de personas de la tercera edad que constan inscritas para aplicación de beneficios tributarios (devolución de IVA e ICE) en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha para los años 2010, 2011, 2012 y 2013.
7. Valor promedio mensual de devolución de IVA e ICE por contribuyente para el año 2013 en la provincia de Pichincha.
8. Valor promedio mensual de devolución de IVA e ICE por contribuyente para el año 2013 en el cantón Rumiñahui de la provincia de Pichincha.

Me encuentro realizando mi tesis y requiero de esta información para seguir con el estudio, por lo que, me comprometo a utilizar la misma únicamente con fines académicos con la correspondiente cita de fuente.

Adjunto tres copias de una tesis de la Universidad de Cuenca del año 2013 donde consta el Oficio No. 101012013OPLN001697 en el que la autoridad tributaria regional del austro responde exitosamente a un pedido de información similar.

Por la favorable atención que se dé a la presente anticipo mis agradecimientos.



Ing. Efrén Arturo Espinosa Muñoz

C. I. 1709726796

Dirección: Robles E4-151 y Av. Amazonas (Edificio Administrativo de la Iglesia de Jesucristo)

Teléfonos: 0981460350 - 3989554

Correo electrónico: [espinosaea@ldschurch.org](mailto:espinosaea@ldschurch.org)

<b>SRI</b> SERVICIO DE RENTAS INTERNAS SECRETARÍA REGIONAL NORTE						
TRAMITE No. <b>117012014139418</b>						
PRESENTADO HOY <b>07 MAYO 2014</b> HORA <b>16:10</b>						
RECIBIDO POR: 						
HOJAS	CARPETAS	SOBRE	CD'S	ANILLADOS	CAJAS	OTROS
5						

## Anexo 5 Respuesta recibida del SRI al oficio presentado

**From:** Bravo Herrera, Abner [mailto:abravo@sri.gob.ec]  
**Sent:** lunes, 26 de mayo de 2014 12:25  
**To:** Efrén Espinosa  
**Cc:** Guaman Obando, Oscar Gerardo  
**Subject:** RE: Certificado Universidad

Estimado Sr. Espinosa,

Se adjunta información solicitada en el trámite No. 117012014139418.

Saludos Cordiales,

**Abner Bravo H.**  
PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN  
DIRECCIÓN REGIONAL NORTE  
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS  
. Páez 655 y Ramírez Dávalos  
. Telf.: + (593 2) 2909 - 333 Ext. 1812  
[www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)  
Quito - Ecuador

**De:** Guaman Obando, Oscar Gerardo  
**Enviado el:** martes, 13 de mayo de 2014 16:48  
**Para:** Bravo Herrera, Abner  
**Asunto:** RV: Certificado Universidad

Estimado aquí esta lo solicitado.

- Valor total solicitado a los contribuyentes de la provincia de Pichincha en el año 2013 \$164.744.990,77
- Valor total devuelto a los contribuyentes de la provincia de Pichincha en el año 2013 \$ 105.580.269,25
- Valor total solicitado a las personas de la 3ra edad de la provincia de Pichincha en el año 2013 \$ 18.633.774,52
- Valor total devuelto a las personas de la 3ra edad de la provincia de Pichincha en el año 2013 \$ 15.621.609,52

**De:** Bravo Herrera, Abner  
**Enviado el:** martes, 13 de mayo de 2014 15:47  
**Para:** Guaman Obando, Oscar Gerardo  
**CC:** Souza Pallarosa, Enrique Gustavo; Gambarrotti Rodriguez, Juan Bernard  
**Asunto:** RV: Certificado Universidad

Estimado amigo,

Para emular lo entregado en la contestación No. 1010120130 PLN001697 del No. trámite 101012013016305 en la Regional del Austro, por favor tu ayuda con la siguiente info de Devoluciones de IVA:

## Anexo 6 Encuesta Especialistas

### *Estimado colega:*

Someto a su consideración la siguiente propuesta de plan de negocio para la creación de una empresa de asesoría tributaria especializada en devoluciones de IVA e ICE para personas de la tercera edad en el cantón Rumiñahui, convencido de que sus criterios serán un valioso aporte a la consolidación de este estudio.

A continuación sírvase emitir su valoración por escrito a los siguientes cuestionamientos planteados:

1. ¿Considera usted que los factores que afectan el servicio, son de una magnitud e importancia tal, que imposibilitan la creación de la empresa que se propone?
  2. ¿Piensa que la fundamentación y componentes estructurales del plan de negocios son apropiados para este tipo de estudio?
  3. ¿Piensa que la investigación de mercado realizada, así como los resultados que arroja, son suficientes y concluyentes para el diseño del plan?
  4. ¿Qué observaciones podría hacer en cuanto a las estrategias de mercado planteadas para el presente plan de negocio?
  5. ¿Estima usted que los requerimientos del plan de negocio están dentro de los parámetros normales para el inicio de una empresa de estas características?
  6. ¿Qué opinión le merece el estudio financiero aplicado al presente plan de negocio?
  7. ¿Cuán novedoso y atractivo financieramente le parece el presente plan de negocio?
  8. ¿Qué tan factible de aplicar es el plan de negocio que usted acaba de valorar?
  9. Finalmente. Comparta cualquier opinión adicional que considere pertinente.
- Agradezco su meritoria colaboración.

El autor



Anexo 7 Cuestionario para Encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL  
MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CUESTIONARIO PARA ENCUESTA

- Instrucciones:**
- Lea detenidamente cada pregunta.
  - Marque con un visto la respuesta que considere apropiada
  - En los casos en que se solicita ampliar su respuesta, por favor sea explícito y escriba con letra imprenta.

1. ¿Cuánto sabe acerca de los beneficios tributarios que la ley concede a las personas de la tercera edad, tales como la devolución de IVA e ICE por sus gastos o compras personales?

- Nada       Poco       Bastante

2. ¿Se ha registrado en el SRI para solicitar los beneficios tributarios?

- Si       No      ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. Si eligió SI en la pregunta 2 ¿Solicita usted la devolución del IVA e ICE pagado en sus compras personales?

- Cada mes       Cada 3 meses       Cada 6 meses  
 Una vez al año       Otros      Especifique \_\_\_\_\_

- En las oficinas del SRI       Vía internet  
 De forma personal       Con la ayuda de un tercero

4. Si eligió NO en la pregunta 2. ¿Se registrará en el SRI para solicitar los beneficios tributarios?

- Si       No      ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que se encargue por usted de la recuperación de los valores que paga por concepto de IVA e ICE en sus compras?

- Si       No       Tal vez      ¿Por qué?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Qué porcentaje del total recuperado, estaría dispuesto a ceder como retribución por los servicios de asesoría recibidos?

10%       15%       20%       >20%      ¿Cuánto?\_\_\_\_\_

7. Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Cómo preferiría recibir el servicio de asesoría?

En su domicilio       En nuestras oficinas

8. Si eligió SI en la pregunta 5 ¿Cuál es el rango en que se encuentran sus consumos mensuales realizados mediante comprobantes de venta?

< \$400       \$401 – 600       \$601 – 800       \$801 – 1.000  
 \$1.001 – 1.200       \$1.201 – 1.400       \$1.401 – 1.600       > \$1.600

Gracias por su colaboración

## Anexo 8 Pasos para crear una empresa en Ecuador

**1. Reserva un nombre.** Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

**2. Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.

**3. Abre una "cuenta de integración de capital".** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el "certificado de cuentas de integración de capital", cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

**4. Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

**5. Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

**6. Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

**7. Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

**8. Inscribe tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

**9. Realiza la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

**10. Obtén los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

**11. Inscribe el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

**12. Obtén el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

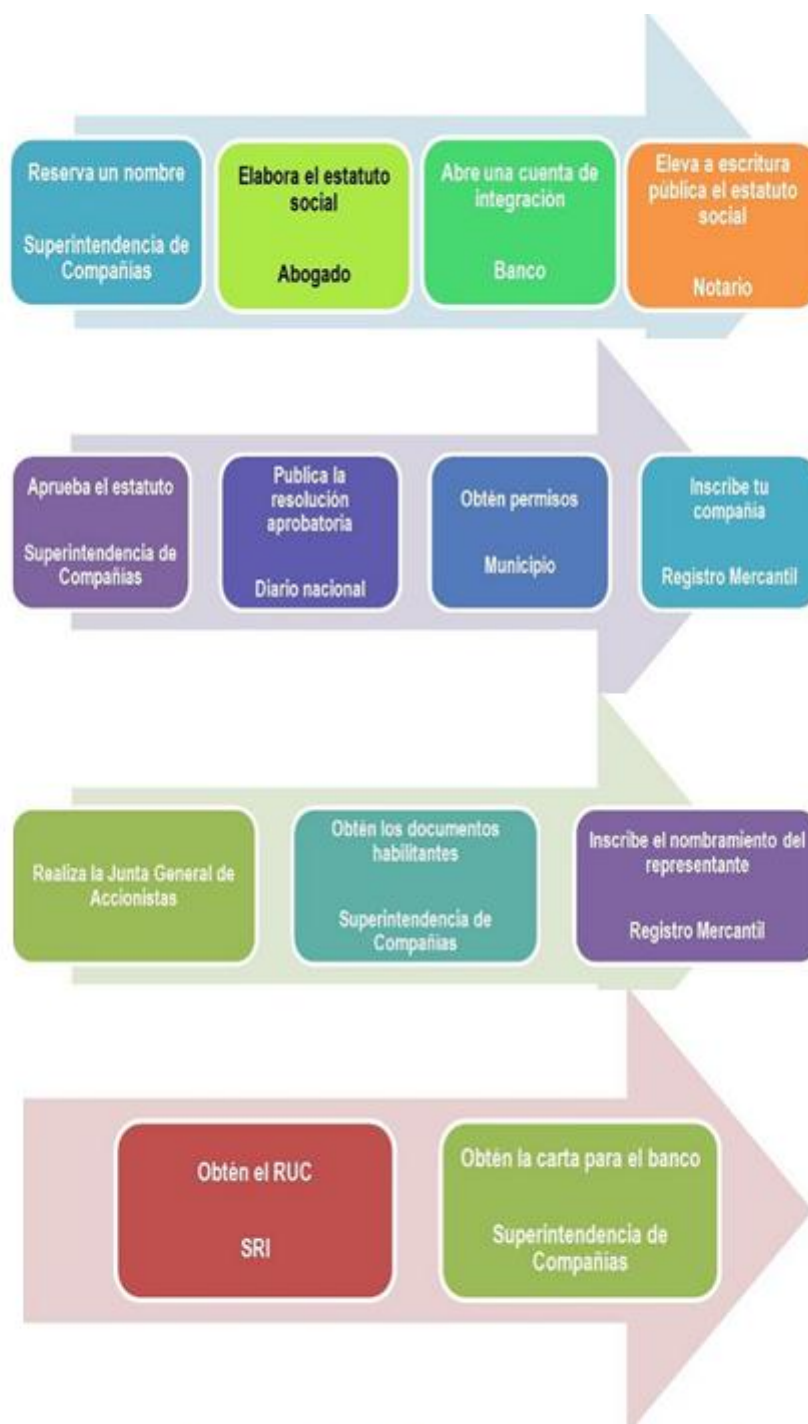
- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

**13. Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos podrás tener tu compañía limitada o anónima lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

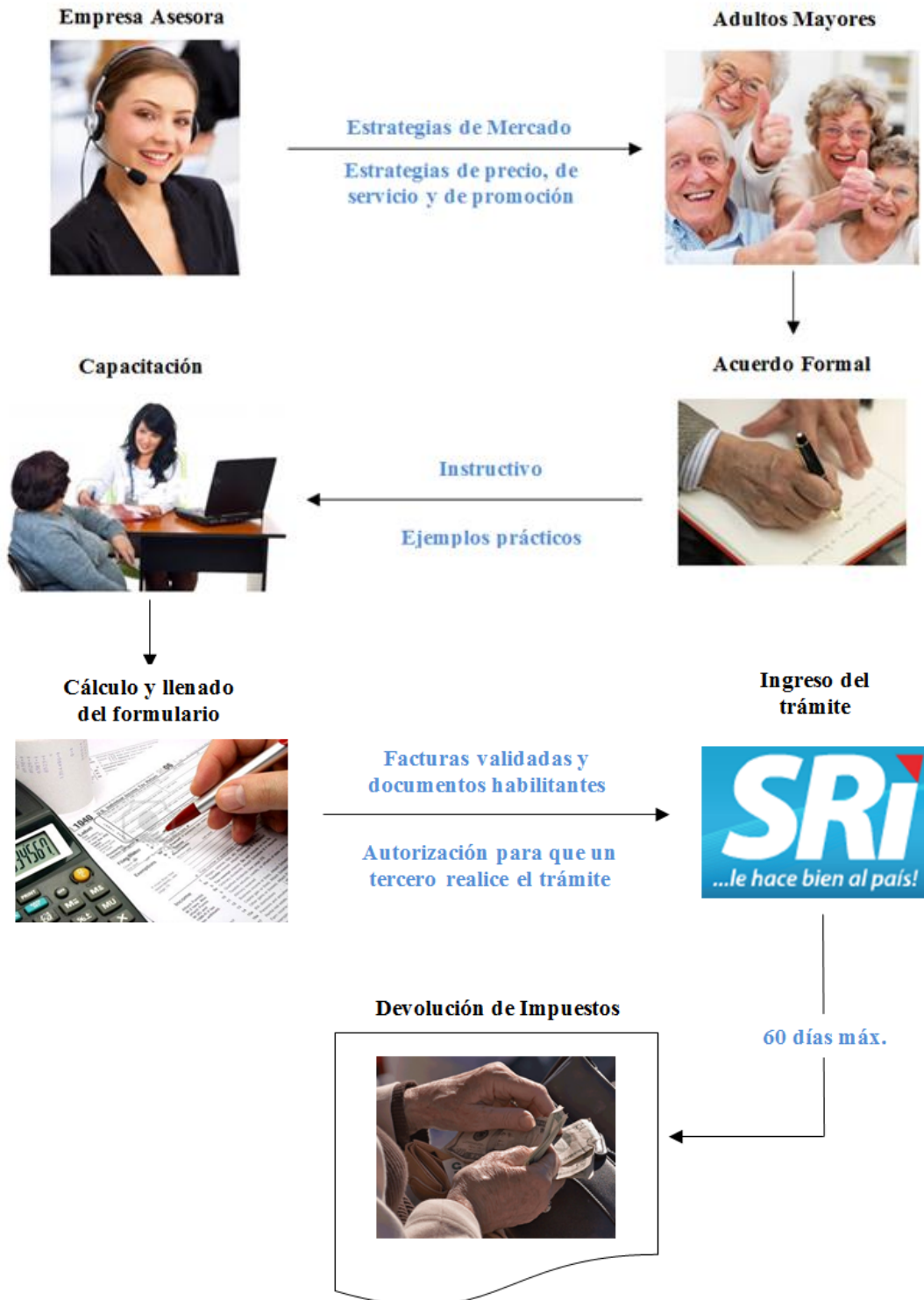
Un abogado puede ayudarte en el proceso. El costo de su servicio puede variar entre \$600 y \$1,000 o dependiendo del monto de capital de la empresa.

## Anexo 8 Pasos para crear una empresa en Ecuador (Continuación)

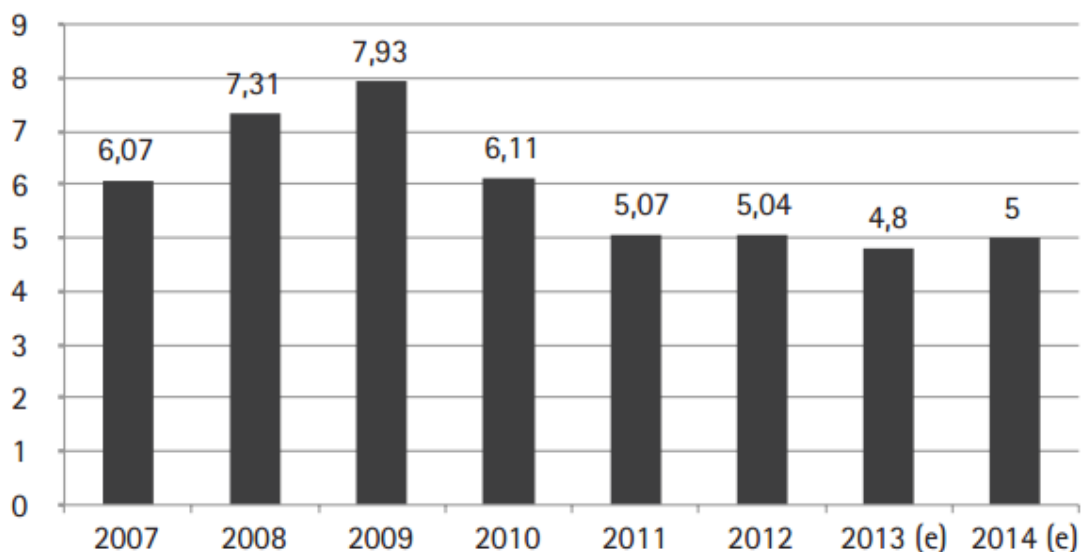


Fuente: <http://cuidatufuturo.com/2013/11/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador/>

## Anexo 9 Esquema Servicio Asesoría Tributaria para Personas de la Tercera Edad

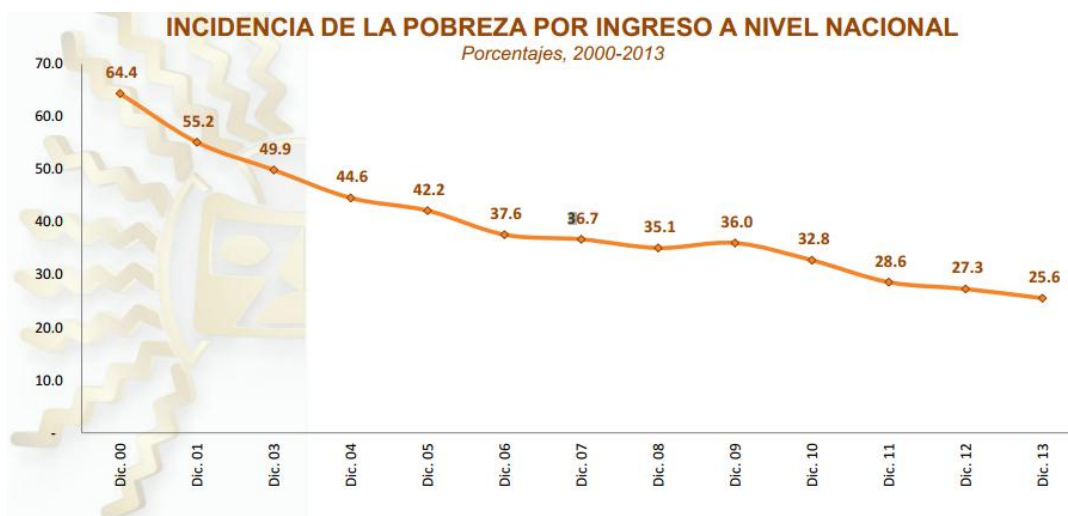


### Anexo 10 Tasa de Desempleo



Fuente: INEC, UIEM / (e): valor estimado

### Anexo 11 Incidencia de la Pobreza por Ingreso a Nivel Nacional

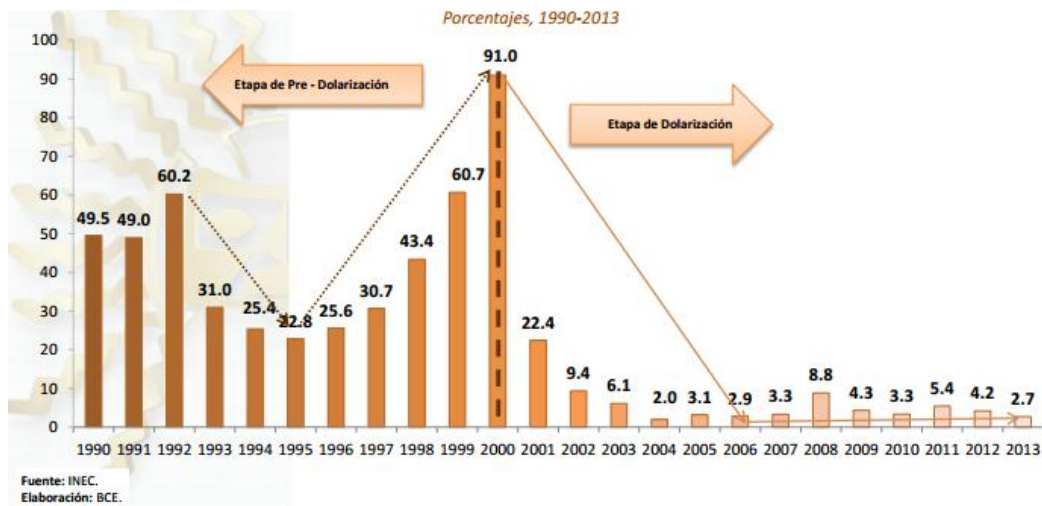


Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo Urbano (ENEMDU).

Nota: Incidencia, es el Número de personas pobres expresado como porcentaje del total de la población en un determinado año

La tasa de pobreza nacional para diciembre de 2002 no puede ser calculada debido a que en este periodo no se realizó la ENEMDU a nivel rural.

## Anexo 12 Inflación



## Anexo 13 Evolución del Salario Mínimo Vital

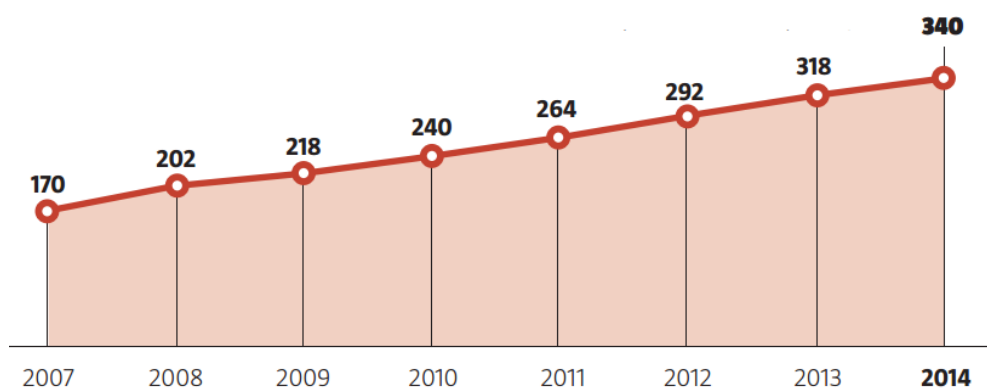


Gráfico: El Telégrafo / [infografia@telegrafo.com.ec](mailto:infografia@telegrafo.com.ec)

## Anexo 14 Tasas de Interés Activas Banco del Pacífico

ENERO DE 2014

<b>TASAS DE INTERÉS</b>			
<b>TASAS DE INTERÉS ACTIVAS</b>			
<b>Segmento</b>	<b>Tipo de crédito</b>	<b>Tasa Nominal</b>	<b>Tasa Efectiva anual</b>
Consumo	Corriente o Diferido	15,20%	16,30%
Productivo Corporativo	Corriente o Diferido	8,95%	9,33%
Productivo Empresarial	Corriente o Diferido	9,76%	10,21%
Productivo PYMES	Corriente o Diferido	11,23%	11,83%
Microcrédito	Corriente o Diferido	15,20%	16,30%