

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TESIS DE GRADO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE CAPACITACIÓN DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA  
EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI.”**

Tesis de grado presentada previo a la obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría. C.P.A.

**Autor:**

Villafuerte Toala Ignacio Javier

**Tutor:**

Ing. M.Sc Villarroel Maya Ángel Alberto

La Maná – Ecuador

Marzo - 2016

# AUTORÍA

La investigación, resultados y recomendaciones del presente trabajo investigativo **“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación de Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi”**, son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.



Villafuerte Toala Ignacio Javier

C.I.1205643537

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI.”**, de Villafuerte Toala Ignacio Javier, postulante de la Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requisitos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Anteproyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Marzo 2016

El Director



ng. M.Sc Villarroel Maya Ángel Alberto



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**La Maná – Ecuador**

---

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante: Villafuerte Toala Ignacio Javier, con el título de tesis: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI.”**; ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar el empastado correspondiente, según la normativa institucional.

La Maná, Marzo del 2016

Para constancia firman:

 ..... MSc. Ketty Hurtado PRESIDENTE	 ..... MSc. Brenda Oña MIEMBRO
 ..... MSc. Milton Hidalgo OPOSITOR	

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a mis padres por haberme apoyado totalmente en todo este tiempo que he estado en mis estudios, por su esfuerzo, sacrificio, paciencia, consejos y valores que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por todo su amor, de la misma manera a mis maestros por su apoyo y motivación en especial al Ing. Ángel Villarroel que ha aportado con todos su conocimientos en el proceso de su enseñanza, elaboración y culminación de la tesis.*

***Javier***

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo va dedicado al creador de todas las cosas, Dios, por darme la vida a través de mis padres, que me han sabido dar buenos consejos, hábitos y valores lo cual ha sabido valer mucho para seguir adelante en los momentos más difíciles a todos mis amigos, docentes, agradecer a mi tutor por toda la ayuda prestada y al coordinador por todos los consejos dados durante todo mi tiempo de estudio.*

***Javier***

## ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
INDICE DE GRÁFICOS .....	xi
INDICE DE CUADROS.....	xii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
<i>CERTIFICACIÓN</i> .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO I</b> .....	3
1 Fundamentación Teórica.....	3
1.1 Antecedentes .....	3
1.1.1 Proyecto 1 .....	3
1.1.2 Proyecto 2 .....	4
1.2. Categorías Fundamentales .....	5
2. Marco Teórico.....	6
1.2.1 Empresa.....	6
1.2.1.1 Según la actividad.....	6
1.2.1.2 Servicios públicos.....	8
1.2.1.3. Servicios privados .....	10
1.2.1.4. Empresa mixta.....	10
1.2.1.5. Instituciones financieras .....	11
1.2.2. Gestión Empresarial.....	12
1.2.2.1. Proceso de autoevaluación de las empresas .....	13
1.2.2.2. Asignar propiedades .....	14
1.2.2.3. Acordar responsabilidades .....	15
1.2.2.4. Facilitar los recursos necesarios.....	16

1.2.2.5. <i>Plan corporativo</i> .....	17
1.2.2.6. <i>Comunicación dentro de las empresas</i> .....	18
1.2.2.7 <i>Autoevaluación por reuniones de trabajo</i> .....	19
1.2.2. <i>Centro de Capacitación</i> .....	20
1.2.3. <i>Estudio de Factibilidad</i> .....	22
1.2.3.1. <i>Valor actual neto (VAN)</i> .....	23
1.2.3.2. <i>Tasa interna de rentabilidad (TIR)</i> .....	24
<b>CAPÍTULO II</b> .....	26
2. <b>Análisis e Interpretación de Resultados</b> .....	26
2.1 <b>Caracterización del cantón La Maná</b> .....	26
2.2 <b>Metodología utilizada</b> .....	27
2.3. <b>Tipos de Investigación</b> .....	27
2.3.1. <i>Investigación Descriptiva</i> .....	28
2.3.2 <i>Investigación Explicativa</i> .....	28
2.3.3. <i>Investigación Correlacional</i> .....	28
2.4. <b>Metodología</b> .....	28
2.5. <b>Análisis e interpretación de resultados de aplicación de la encuesta</b> .....	29
2.5.1. <i>Población o Universo</i> .....	29
2.5.2. <i>Tamaño de la Muestra</i> .....	29
2.6. <b>Métodos y Técnicas</b> .....	30
2.6.1. <i>Métodos</i> .....	30
2.6.2 <i>Técnicas</i> .....	30
2.7. <b>Resultados de las encuesta</b> .....	31
2.7.1. <i>Encuestas realizadas al sector urbano del cantón La Maná</i> .....	31
2.8. <b>Conclusiones</b> .....	41
2.9. <b>Recomendaciones</b> .....	41
<b>CAPÍTULO III</b> .....	43
3. <b>DISEÑO DE LA PROPUESTA</b> .....	43
3.1. <b>Justificación</b> .....	43
3.2. <b>Fundamentación</b> .....	44
3.2.1 <i>Ventajas</i> .....	44
3.2.2 <i>Desventajas</i> .....	44

3.3 Objetivo.....	44
3.3.1 <i>Objetivos específicos</i> .....	45
3.4 Ubicación .....	45
3.5 Factibilidad.....	45
3.6. Factibilidad administrativa.....	45
3.6.1 <i>Misión</i> .....	45
3.6.2 <i>Visión</i> .....	46
3.7 Valores Corporativos .....	46
3.8. Calidad Total.....	46
3.9. Ética Profesional .....	46
3.9.1. <i>Responsabilidad</i> .....	47
3.9.2. <i>Transparencia</i> .....	47
3.9.3. <i>Mejora continua</i> .....	47
3.9.4. <i>Requerimiento del talento humano</i> .....	47
3.10. Factibilidad legal.....	61
3.11. Cuenta de integración.....	61
3.12. Escritura pública de la constitución.....	62
3.13. Afiliación a una de las cámaras de la producción.....	63
3.14.Solicitud de aprobación en el GAD municipal.....	63
3.14.1 <i>Certificación de nombre</i> .....	64
3.14.2. <i>Requisitos para personas jurídicas</i> .....	64
3.14.3. <i>Emisión del registro único de contribuyente (RUC)</i> .....	64
3.14.4. <i>Solicitud de matrícula de comercio (de acuerdo al juzgado)</i> .....	65
3.14.5. <i>Pago de tasa de matrícula de comercio</i> .....	65
3.14.6. <i>Permisos</i> .....	65
3.15.Permisos de funcionamiento municipales.....	66
3.16.Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.....	66
3.17.Permiso de la dirección de higiene municipal.....	66
3.18.Permisos de funcionamiento ministerio de salud pública.....	67
3.19.Factibilidad presupuestada.....	67
3.19.1. <i>Factibilidad técnica</i> .....	67
3.20.Descripción de la propuesta.....	68

3.21.Actividades.....	77
3.22.Marketing Mix.....	78
3.23.Producto/ servicio.....	78
3.24 Asesoría tributaria.....	79
3.24.1. Asesoría contable.....	79
3.24.2. Asesoría financiera.....	79
3.24.3. Precio.....	80
3.25 Selección el objetivo de fijación de precios.....	80
3.25.1. Plaza.....	80
3.26 Mezcla de la comunicación.....	81
3.26.1 Publicidad.....	82
3.26.2. Radio.....	82
3.26.3. Tarjetas de Presentación.....	82
3.26.4. Periódicos.....	82
3.26.5. Merchandising.....	83
3.27 Mercado directo.....	83
3.27.1. Hojas volantes:.....	83
3.27.2. Dípticos.....	83
3.27.3. Relaciones públicas.....	83
3.27.4. Promoción.....	83
3.28. Promoción externa.....	84
3.28.1 Tipo exhibidor.....	84
3.28.2. Programa de premios por puntos.....	84
3.28.3. Premios por Capacitación.....	84
3.29 Recursos Análisis Financiero.....	85
3.30. Impactos esperados.....	102
3.30.1. Lineamiento para evaluar la propuesta.....	102
4. CONCLUSIONES.....	103
5. RECOMENDACIONES.....	104
6. BIBLIOGRAFÍA.....	105
ANEXOS.....	110

## INDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁG.
GRÁFICO 1. GESTIÓN EMPRESARIAL .....	5
GRÁFICO 2. CAPACITACIÓN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA .....	31
GRÁFICO 3. SERVICIOS DE CAPACITACIÓN .....	32
GRÁFICO 4. CENTRO DE CAPACITACIÓN .....	33
GRÁFICO 5. CARACTERÍSTICAS DE SERVICIOS .....	34
GRÁFICO 6. OFRECER SERVICIOS .....	35
GRÁFICO 7. CAPACITACIÓN EN ÁREA CONTABLE .....	36
GRÁFICO 8. RECURSO ECONÓMICO .....	37
GRÁFICO 9. CAPACITACIÓN .....	38
GRÁFICO 10. TIEMPO DE CAPACITACIÓN .....	39
GRÁFICO 11. CAPACITACIÓN CONTABLE .....	40

## INDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁG.
CUADRO 1. POBLACIÓN URBANA DEL CANTÓN LA MANÁ.....	29
CUADRO 2. CAPACITACIÓN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA.....	31
CUADRO 3. SERVICIOS DE CAPACITACIÓN .....	32
CUADRO 4. CENTRO DE CAPACITACIÓN.....	33
CUADRO 5. CARACTERÍSTICAS DE SERVICIOS .....	34
CUADRO 6. OFRECER SERVICIOS .....	35
CUADRO 7. CAPACITACIÓN EN ÁREA CONTABLE.....	36
CUADRO 8. RECURSO ECONÓMICO .....	37
CUADRO 9. CAPACITACIÓN .....	38
CUADRO 10. TIEMPO DE CAPACITACIÓN.....	39
CUADRO 11. CAPACITACIÓN CONTABLE.....	40
CUADRO 12. Descripción del cargo: GERENTE GENERAL.....	48
CUADRO 13. Descripción del cargo: ASESOR-CAPACITADOR TRIBUTARIO .....	52
CUADRO 14. Descripción del cargo: ASESOR- CAPACITADOR CONTABLE.....	54
CUADRO 15. Función del cargo: CAPACITADOR INTEGRAL .....	57
CUADRO 16. Función del cargo: AUXILIAR SERVICIOS .....	59
CUADRO 17. BARRERAS DE ENTRADA .....	69
CUADRO 18. PRODUCTOS SUSTITUIDOS .....	70
CUADRO 19. DETERMINACIÓN DE LA RIVALIDAD.....	71
CUADRO 20. PODER DE LOS COMPRADORES .....	72
CUADRO 21. NEGOCIACIONES CON LOS PROVEEDORES.....	73
CUADRO 22. NIVEL DE ATRACTIVIDAD .....	74
CUADRO 23. ANÁLISIS FODA.....	75
CUADRO 24. MATRIZ FODA.....	76
CUADRO 25. ACTIVO FIJO.....	85
CUADRO 26. DESCRIPCIÓN DEL ACTIVO FIJO .....	86
CUADRO 27. NÓMINA AÑO 1.....	87
CUADRO 28. NÓMINA AÑO 2.....	88
CUADRO 29. NÓMINA AÑO 3.....	89
CUADRO 30. NÓMINA AÑO 4.....	90

CUADRO 31. NÓMINA AÑO 5.....	91
CUADRO 32. GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	92
CUADRO 33. GASTOS GENERALES .....	93
CUADRO 34. COSTOS INDIRECTOS.....	94
CUADRO 35. COSTOS DE VENTAS .....	94
CUADRO 36. PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	95
CUADRO 37. INVERSIÓN DEL PROYECTO .....	96
CUADRO 38. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO .....	96
CUADRO 39. TASA ANUAL DE INTERÉS.....	96
CUADRO 40. AMORTIZACIÓN.....	97
CUADRO 41. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS..	98
CUADRO 42. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	99
CUADRO 43. BALANCE GENERAL .....	100
CUADRO 44. ÍNDICES FINANCIEROS.....	101
CUADRO 45. TASA DE DESCUENTO .....	101
CUADRO 46. TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO .....	101
CUADRO 47. TASA INTERNA DE RETORNO.....	102



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI”**

**Autor:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**RESUMEN**

Con el desarrollo de la presente propuesta de investigación se pretende brindar servicios de capacitación contables de calidad a la ciudadanía del cantón La Maná, ya que se cuenta con el apoyo de profesionales formados académicamente con conocimientos científicos y técnicos competentes, con alto espíritu ético y moral preparados en la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná, siendo esta una de las fortalezas que permitirán la creación del Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría cuyo misión es brindar servicios contables tributarios a personas naturales y jurídicas, obligadas y no obligadas a llevar contabilidad de acuerdo a la normativa vigente en el país; la creación de un centro de capacitación, es para apoyar directamente al sector de comercial de La Maná especialmente con capacitaciones en temas de tributarios y de control interno, considerando que una gran parte de la población se dedica al comercio y además a la producción agrícola, lo que genera la aparición de pequeñas empresas, quienes están en la responsabilidad de mantener una correcta contabilidad y un adecuado control de sus actividades, que les permita monitorear y conocer de forma oportuna sus ingresos, costos y resultados, para así optimizar en la toma de decisiones, que permitirán el mejoramiento y desarrollo de los pequeñas y medianas empresas del cantón La Maná.

**Palabras clave:** Empresa, Servicios Empresariales y Planificación.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**ACADEMIC UNIT OF SCIENCES**  
**ADMINISTRATIVE AND HUMANISTIC**

**THEME:**

**"FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A TRAINING CENTER ACCOUNTING AND AUDIT IN COTOPAXI PROVINCE OF CANTON LA MANA"**

Author: Ignacio Javier Villafuerte Toala

**ABSTRACT**

The development of this research proposal is to provide quality accounting training service to citizens of Canton La Mana, as it has the support of professionals trained academically with appropriate scientific and technical knowledge, with high ethical and moral spirit trained at the Technical University of Cotopaxi La Mana, which is one of the strengths that allow the creation of the Training Center Accounting and Auditing whose mission is to provide accounting tax services to individuals and corporations, required and not required to keep accounting according to current regulations in the country; the creation of a training center, is to support directly the commercial sector in La Mana, especially with training on issues of tax and internal control, considering that a large part of the population it is dedicated to trade and also to agricultural production of a variety of products, creating the emerging of small enterprises, who are responsible for maintaining proper accounting and proper control of their activities, allowing them to monitor and meet timely its revenues, costs and results, to optimize in making decisions that will enable the improvement and development of small and medium enterprises in canton La Mana.

**Keywords:** Company, Business Services and Planning.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**



**CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS**

La Maná - Ecuador

### ***CERTIFICACIÓN***

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la señor egresado: Villafuerte Toala Ignacio Javier cuyo título versa **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI.”**; lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná, Marzo 2016

Atentamente,

Lcdo. Luis Bravo Minda, Mg.  
**DOCENTE**  
C.I. 1709426694

## INTRODUCCIÓN

Los avances científicos y tecnológicos de los últimos años, así como los cambios políticos, sociales culturales y económicos tanto en Ecuador como en otras latitudes han exigido que los individuos se capaciten para mejorar sus habilidades y destrezas. En ciudades ecuatorianas como Riobamba, la falta de inversión en programas de capacitación para el personal de empresas, organizaciones e instituciones, ha generado que las personas por cuenta propia busquen constantemente mejorar, actualizar y profundizar sus conocimientos en temas de interés, frente a una sociedad tendiente a la globalización y cada vez más orientada a la búsqueda de profesionales competitivos en el ámbito laboral (Luna, 2011).

Tal es el caso del proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación en la ciudad de Quito. El contexto de la provincia de Cotopaxi y en particular del cantón La Maná es totalmente diferente, pues no se cuenta con centros de Contabilidad y Auditoría que permitan mejorar la situación actual que presentan los directivos y empresarios de las empresas en el Cantón en materia contable.

Por lo antes expuesto se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación de contabilidad y auditoría en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi? El presente proyecto pretende un estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación en el cantón La Maná Provincia de Cotopaxi para generar rentabilidad sobre la inversión que se realiza con los recursos económicos y a la vez generar fuentes de empleo, que de manera directa e indirectamente favorece el desarrollo socioeconómico del Cantón.

El proyecto del centro de capacitación está destinado para todas las personas que deseen profundizar y actualizar sus conocimientos, en diversas áreas de interés.

La idea se sustenta bajo oportunidades identificadas en el entorno, una de ellas es la necesidad que tienen hoy en día las personas de capacitarse constantemente dado que el mercado laboral actualmente demanda de profesionales competentes, además que la ciencia y la tecnología avanza y es necesario constantemente actualizar y profundizar nuestros conocimientos en áreas que generan gran demanda en el mercado, puesto que la aplicación de estos conocimientos sirve para gerencia eficientemente el futuro de cualquier empresa o negocio.

Las personas beneficiadas de la capacitación tendrán la oportunidad de aprender y nutrirse de la experiencia de otros, incrementando sus niveles de eficacia y productividad en el puesto de trabajo y seguridad en el entorno, los conocimientos, destrezas y aptitudes adquiridos por cada persona no solo lo perfeccionan para trabajar, sino también para vida. Es por ello que la investigación tiene como objetivo general: un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi.

La tesis se estructura en tres capítulos, en el primero se presentan los fundamentos teóricos que guían el proceso de investigación, en el segundo se presenta la caracterización del contexto y la metodología asumida, así como el análisis de los resultados y el tercero presenta el estudio de factibilidad para la creación del centro de capacitación.

# CAPÍTULO I

## 1 Fundamentación Teórica

### 1.1 Antecedentes

En la literatura científica se presentan varios estudios que constituyen los antecedentes previos al desarrollo de la propuesta planteada, algunos de estos se detallan a continuación:

#### *1.1.1 Proyecto 1*

*“Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión, etapas y estudio en contribuciones a la economía”.*

Con el objetivo de diseñar y evaluar la factibilidad de un proyecto de Bolsa Agropecuaria para la iniciativa privada, se ha evaluado el contexto general de la economía del país, la situación particular de los sectores silvoagropecuarios e hidrobiológicos, las normativas vigentes, la infraestructura de servicios y logística. En particular para el diseño de la Bolsa Agropecuaria se ha evaluado la estructura del mercado de capitales y financiero de Chile, y de sus instituciones, como también los casos de las principales bolsas de mercaderías a nivel mundial y en Sudamérica.

Adicionalmente, la simulación que se desarrolla se basa en una consideración de eficiencia que recoge lo dispuesto en la normativa legal y es el hecho de que las Bolsas de Productos Agropecuarias pueden externalizar en las Bolsas de Valores ya constituidas aquellas operaciones que sean funcionales a sus objetivos. Sin

perjuicio de lo anterior, también la evaluación económica que se describe en el presente documento considera la alternativa de desarrollar, de manera independiente, una parte de las inversiones requeridas para el funcionamiento de la Bolsa de Productos Agropecuarios.

Existe un Margen Inicial de Garantía (cercano al 10%) que respalda la operación, además se realiza una revisión semanal de precios para determinar si se debe solicitar garantías adicionales por diferencias de precios, para el 2010 el plazo promedio por día en el sector agroindustrial es del 41.51% y en sector alimentos el 18.93%. Una de las ventajas para los accionistas es el acceso a mercado regulado con riesgos que actualmente no están presentes en bolsas de valores y deuda pública (Preparada por Agropuerto S.A. para Fundación Chile Santiago, 2008, p.10).

### ***1.1.2 Proyecto 2***

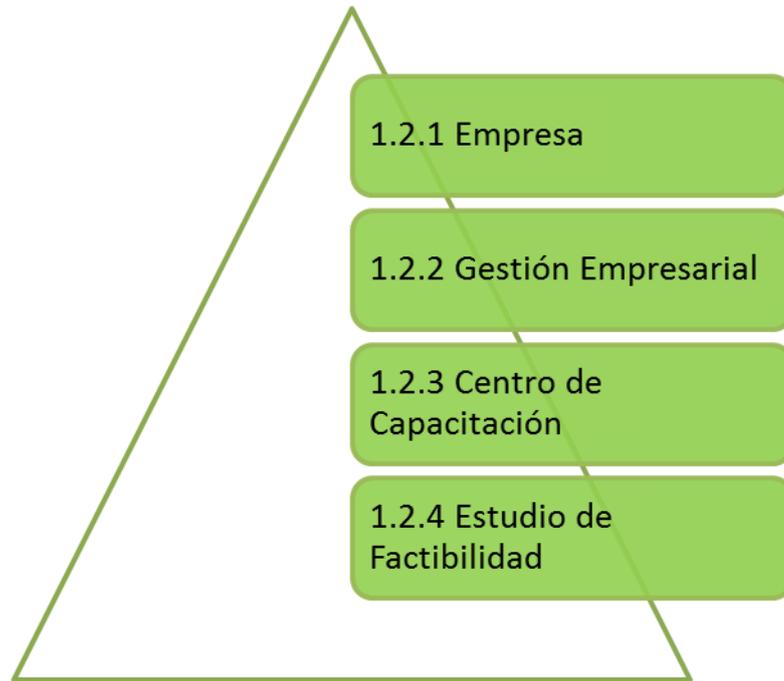
***“Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de capacitación en gestión fiscal y tributaria para personas naturales y microempresas ubicadas en la ciudad de Quito.”***

El proyecto evaluó la factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación en Gestión Fiscal y Tributaria para Personas Naturales y Microempresas ubicada en la ciudad de Quito- Ecuador, para satisfacer las necesidades de capacitación y asesoría en temas de impuestos y obligaciones con la Administración Tributaria. En la elaboración del proyecto de factibilidad se realizó una exploración que permitió definir cuáles son necesidades de mercado, una estimación de los niveles de demanda y oferta existentes, precios que se manejan en el mercado y el modelo de servicio; un análisis técnico para determinar todos los procesos del negocio, su tamaño y capacidad; adicionalmente un estudio organizacional para finalmente elaborar un estudio financiero.

Los procesos antes abordados servirán de base para el desarrollo de la presente investigación.

## 1.2. Categorías Fundamentales

**GRÁFICO 1. GESTIÓN EMPRESARIAL**



**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

## **2 Marco Teórico**

### ***1.2.1 Empresa***

Empresa es un conjunto organizado de actividades personales, medios económicos y materiales y relaciones comerciales, con propósito de obtener beneficios, para la consecución de una idea de producción de bienes o prestación de servicios con destino al mercado, con presencia de una unidad armónica y autónoma, resultado de la inteligencia humana que se proyecta en la organización de los diversos elementos de la empresa (IGLESIAS Francisco, 2011, p. 82).

La empresa nació para atender las necesidades de la población creando satisfacción a cambio de una retribución que compensa el riesgo los esfuerzos y las inversiones de los empresarios (BARÓ Alberto, 2012, p. 38).

La empresa es una organización de recursos productivos (materiales, inmateriales, humanos y técnicos) que goza de autonomía para el establecimiento y ejecución de sus planes económicos y que tiene por finalidad la producción y/o distribución de los bienes y servicios demandados por los consumidores finales o por otras empresas.

#### ***1.2.1.1 Según la actividad***

El empresario será la persona que actuando en nombre propio (si se trata de una persona física) o a través de unos órganos de administración (si se trata de una persona jurídica) asume la dirección y organización de los factores de producción y el riesgo empresarial, a cambio de la obtención de un beneficio. Para él, la contabilidad se convierte en un importante instrumento que le informa de la composición del patrimonio (es decir, de la riqueza de la empresa), de los cambios en la posición financiera, de la actividad realizada (compra-producción-venta) y le explica cómo se ha obtenido el beneficio o pérdida (es decir, cómo ha variado la riqueza).

Entre los múltiples criterios existentes para clasificar como son: el primero atendiendo a la actividad desarrollada, el segundo a la forma jurídica elegida y el tercero en función de su tamaño.

a) Atendiendo a la actividad económica desarrollada, se distinguen:

Empresas comerciales, cuya actividad consiste en la compra-venta de los bienes elaborados por otras empresas; tienen como finalidad acercar a los consumidores los bienes que demandan. Como ejemplos de empresas comerciales se tiene a las grandes superficies, supermercados y comercio minorista en general.

Empresas industriales o de transformación, en las que se lleva a cabo la transformación de las materias primas mediante la aplicación de trabajo y tecnología, para obtener un producto final que puede ser vendido a los consumidores o a otras empresas. Como ejemplos las fábricas de automóviles, calzados, muebles, etc.

Empresas de servicios, cuya actividad consiste en la prestación de servicios y desarrollan su actividad en sectores como el turístico (hoteles, agencias de viajes), el financiero, el transporte, la educación, la sanidad, la asesoría, etc.

A la clasificación anterior podrían añadirse las empresas de nuevas tecnologías, que comparten características con las industriales y las de servicios, según los casos (PAREJA María, 2008, p. 93).

Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto se fijan, pueden clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles.

Según Gómez (2008) se clasifican según su función social:

Con ánimo de lucro: presta un servicio para beneficio propio en los cuales se encuentran sociedades comerciales, instituciones financieras. Sin ánimo de lucro: son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad; buscan la prestación de un servicio para el bien común.

Pequeña: su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.

Micro: su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

Mediana: su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, el número de trabajadores es superior a 20 personas e inferior a 100. Grande: su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

Con el fin de facilitar una propuesta de gestión de la actividad preventiva en la empresa. Obviamente, según las circunstancias de cada empresa, este esquema y proceso podrá variar en el sentido de eliminar o añadir pasos, ponderar determinadas actuaciones y procesos e, incluso modificar el orden de las distintas actividades que se comentan.

#### ***1.2.1.2 Servicios públicos***

Se entiende por Servicios Públicos, las actividades, entidades u órganos públicos o privados con personalidad jurídica creados por Constitución o por ley, para dar satisfacción en forma regular y continua a cierta categoría de necesidades de interés general, bien en forma directa, mediante concesionario o a través de cualquier otro medio legal con sujeción a un régimen de Derecho Público o Privado, según corresponda".

Cuando dice que «son actividades, entidades u órganos públicos o privados» se refiere esta expresión a los servicios públicos, en sentido material; vale decir, toda tarea asumida por una entidad pública, bien se trate de la Republica, el Distrito Capital, los Estados, los Municipios y los Distritos Metropolitanos -

personas jurídicas de Derecho Público de carácter territorial- o prestados a través de entes descentralizados funcionalmente: institutos autónomos, empresas del Estado, fundaciones, asociaciones y sociedades civiles del Estado (entes no territoriales). No obstante, cabe decir que el servicio público también puede ser prestado por particulares conforme al orden jurídico pertinente (PALASÍ Luis, 2009, p 27).

Servicio público es el conjunto de prestaciones reservadas en cada Estado a la órbita de las administraciones públicas y que tienen como finalidad la cobertura de determinadas prestaciones a los ciudadanos. Son brindados por determinadas entidades, y satisfacen primordialmente las necesidades de la comunidad o sociedad donde estos se llevan a cabo. Los servicios públicos pueden cumplir una función económica o social, y pueden ser prestados de forma directa por las administraciones públicas o bien de forma indirecta a través de empresas públicas o privadas.

La provisión de servicios públicos, tradicionalmente manejada por empresas de propiedad estatal, constituye un terreno que exige un adecuado balance entre una mayor liberación y una justa intervención del Estado. En nuestro país este debate se ha caracterizado esencialmente para acarrear un fuerte componente ideológico y poco se ha avanzado en el análisis más conceptual de las peculiaridades que tiene industrias como las de electricidad, agua, gas y telecomunicaciones.

Un elemento central en este tipo de industrias refiere a la presencia de lo que se conoce como monopolio natural, es decir al hecho de que resulta antieconómico tener a más de una empresa ofreciendo el servicio en cuestión. En general el componente de monopolio natural se asocia a las actividades de transporte, tales como la transmisión y distribución eléctrica, el transporte de gas, o agua etc. Si el estado tiene objetivos claros en aspectos de eficiencia e inversión y además posee preocupaciones distributivas, surge la necesidad de controlar el mercado monopolístico (DOMINGUEZ Roberto, 2010, p. 38).

### ***1.2.1.3. Servicios privados***

Parte del sistema económico integrado por empresas y consumidores distintos al Estado y sus dependencias. El sector privado constituye el eje y la parte más dinámica de toda economía, basándose normalmente en las transacciones del mercado se dedican a comercializar prestaciones para la obtención de un beneficio empresarial. Pueden ser servicios dirigidos a particulares, como comercio, turismo, hostelería, ocio, etc.; y dirigidos a empresas, como consultorías, selección y formación de personal, informáticos, etc. (RAMIREZ José, 2012, p. 103).

Los mercados particulares, encargándose como único gestor (en monopolio) de la producción de bienes y servicios privados o, en general de bienes y servicios que podrán producirse por particulares, lo hace empleando múltiples formas. Algunas de ellas son agrupadas por los estudiosos de la intervención pública directa bajo la rúbrica de empresas públicas, sin que exista coincidencia en las características que deben reunir las organizaciones de tal carácter (HERNANDEZ Miguel, 2011, p.102).

Servicios Privados son aquellos que han sido establecidos por una persona natural o jurídica para satisfacer, estrictamente, sus propias necesidades dentro del territorio nacional, la prestación la realizan empresas privadas cuyo objetivo es la obtención de beneficio económico.

### ***1.2.1.4. Empresa mixta***

Es aquella que cuenta con la participación del Estado, municipalidades, consejos provinciales y las personas jurídicas de derecho público conjuntamente con el capital privado, quienes participan en la constitución del capital social y la gestión societaria de esta empresa, en todo lo demás la empresa mixta se rige por las normas que regulan el accionar de la sociedad anónima (ANDRADE Rubén, 2009, p.71).

Para poder entender bien el concepto de empresa mixta es necesario empezar definiendo la internacionalización en la empresa, ya que una Joint Venture es la cooperación inter-empresarial a nivel internacional, para la realización de inversiones o para la prestación de servicios, mediante la constitución de una sociedad, a través de la cual se canaliza la colaboración de empresas de distinta nacionalidad.

No siempre las empresas cuentan con todos los recursos para empezar a funcionar, para eso necesitan un financiamiento. El mismo puede encontrarse en inversiones de otras empresas sean públicas o privadas; los Estados de las diferentes naciones están convencidos de que las fuentes de financiamiento son las que hacen crecer a las compañías y es por eso que se generan planes a medida de cada una de las empresas. La empresa mixta es aquella en la que de capitales públicos como privados se combinan los factores productivos para conseguir un producto que obtenga el máximo beneficio: económico o social, según los casos.

#### ***1.2.1.5. Instituciones financieras***

Las instituciones financieras determinan el ámbito de aplicación de la misma, a través de la conceptualización genérica de las operaciones o transacciones que estarán bajo su dominio, y de la enumeración específica de las instituciones a las cuales estará destinada su regulación, respectivamente. En tal sentido establece que por su actividad de intermediación financiera, la cual solo podrá llevarse a cabo por bancos y demás instituciones financieras reguladas por dicha ley, deberá entenderse la capacitación de recursos con el propósito de otorgar créditos o financiamientos, incluyendo las operaciones de remesas de dinero, así como la captación de recursos con el propósito de invertirlos en valores.

Siendo así queda claro que la intermediación financiera requiere para su argumentación la dualidad “captación de recursos y otorgamiento de préstamos o financiamientos”, con lo que la inexistencia de cualquiera de dichos extremos hace imposible determinar la presencia de la intermediación financiera y, por

tanto, la necesidad de obtención de autorización previa por parte de la Superintendencia de Bancos y otras Instituciones Financieras (FACCHIN Gustavo, 2009, p.127).

Una entidad financiera es cualquier empresa que presta servicios financieros (captación y remuneración de nuestros ahorros, concesión de préstamos y créditos, aseguramiento, etc.) a los consumidores y usuarios. Para la normativa de protección del consumidor, las entidades financieras abarcan a tres tipos de empresas que prestan servicios a sus usuarios: las entidades de crédito (bancos, cajas de ahorro, etc.), las empresas de servicios de inversión, y las entidades aseguradoras.

Estas empresas están sometidas a un control administrativo y tienen respecto de sus usuarios una serie de obligaciones de información, solvencia y transparencia, y cómo no, si las cosas se tuercen, deberán contar con un departamento o servicio de atención al cliente, pudiendo crear la figura del “defensor del cliente” (AGUIRRE Antonio, 2010, p.177).

El sistema financiero se define como el conjunto de instituciones cuyo objetivo es canalizar el excedente que generan las unidades de gasto con superávit para encauzarlos hacia las unidades que tienen déficit. La transformación de los activos financieros emitidos por las unidades inversoras en activos financieros indirectos, más acordes con las demandas de los ahorradores, es en lo que consiste la canalización. Esto se realiza principalmente por la no coincidencia entre unidades con déficit y unidades con superávit, es decir, ahorrador e inversor.

### ***1.2.2. Gestión Empresarial***

Es aquella actividad que a través de diferentes individuos especializados, como directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio. Porque para que una gestión determinada, sea óptima y de por ende buenos resultados no solamente deberá hacer mejor las cosas sino que deberá hacer mejor

aquellas cuestiones correctas que influyen directamente en el éxito y eso será asequible mediante la reunión de expertos que ayuden a identificar problemas, arrojen soluciones y nuevas estrategias, entre otras cuestiones.

Cuando se describe la actividad gerencial es habitual mencionar las funciones básicas que la componen. A este respecto, el planteamiento, ya clásico en el ámbito de la Gestión Empresarial, recoge, en su formulación más simple, las funciones de planificar, organizar, ejecutar y controlar. Estas cuatro funciones están integradas por que se desarrollan en el ámbito de una misma unidad económica, se ejecutan por los mismos gestores y se influyen entre sí, y porque todas ellas exigen la toma de decisiones para ser operativas.

Este enfoque reconoce la secuencia lógica, esté explicitada o no, en el trabajo de cualquier responsable empresarial. Pero la realidad no es tan formal ni lineal. Más bien las funciones anteriores se entremezclan en el propósito y en el tiempo, por lo que no siempre resulta fácil deslindar las fronteras entre ellas (Carballo, 2008, p. 21-22).

El nuevo entorno empresarial se caracteriza, en primer lugar por la globalización de la economía, lo cual agudiza las presiones sobre la complejidad provocando la necesidad de drásticos cambios en la orientación estratégica de las empresas que consigan ser sumamente eficientes podrán sobrevivir. En segundo lugar sobre el entorno empresarial está incidiendo cambios tecnológicos, que no es la primera vez que surgen, pero que han adquirido una nueva dimensión y unos rasgos mucho más pronunciados (Córdova, 2009, p.15).

#### ***1.2.2.1. Proceso de autoevaluación de las empresas***

La evaluación como herramienta de control de calidad total, empieza a generalizarse especialmente a partir de la creación de los Modelos Malcon Baldrige y de excelencia de la EFQM. Es la revisión total, sistemática y regular de las actividades y los resultados de una organización, utilizando como referencia

un modelo de excelencia empresarial; permite a la organización discernir claramente sus puntos fuertes y las aéreas en las que se pueden introducir mejoras y culmina con la planificación de acciones de mejora que desempeñan para el progreso de la organización (PLAZA María, 2009, p. 64).

La evaluación es la determinación sistemática del mérito, el valor y el significado de algo o alguien en función de unos criterios respecto a un conjunto de normas. La evaluación a menudo se usa para caracterizar y evaluar temas de interés en una amplia gama de las empresas humanas, incluyendo las artes, la educación, la justicia, la salud, las fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, los gobiernos y otros servicios humanos (ACEVEDO Pedro, 2008, p. 37).

La autoevaluación es un examen global, sistemático y regular de las actividades y resultados de una organización comparados con un modelo de excelencia empresarial, y para conseguir un mayor grado de eficacia, debe realizarse de forma sistemática y continuada, debe de convertirse en un proceso normal de gestión, camino a la excelencia, identificando los Puntos Fuertes y las Áreas de Mejora de la organización, a la vez de su evolución, tendencias y rendimientos.

#### ***1.2.2.2. Asignar propiedades***

La eficiencia de las asignaciones se juzgan solamente en términos de las preferencias de los consumidores (los beneficios no cuentan). Ello concuerda con el punto de vista de que las organizaciones no tienen sentido en sí mismas (son entidades creadas para explicar el funcionamiento de los mercados o atender necesidades humanas) (van James, 2010, p. 547).

El enfoque humano es también la parte más difícil del modelo del capital intelectual, lo explica toda la investigación, desde la contabilidad de recursos del trabajo, no hay una manera sencilla de medir lo que está en mente y en el corazón de directivos y empleados. Asignar un valor a la conducta o a la motivación es algo muy distinto, esto es apenas el principio de los retos asociados con la medición de las motivaciones y capacidades humanas.

La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) ha invertido años en investigar cómo medir el capital humano en una economía de información que cambia rápidamente, y llegan a la conclusión que la supervivencia económica de las empresas y la capacidad de los individuos para ser empleados y ganar un sueldo dependen más y más del aprendizaje como base de una ágil adaptación (edvinsson Leif, 2009, p.151-152).

El proceso de asignar propiedades puede ser usado para evaluar a los subordinados de una empresa para luego así priorizar las actividades de administración y llegar al punto de partida tomando en cuenta estos factores. Se pueden desarrollar formatos o formas para asignar cualquier propiedad.

### **1.2.2.3. *Acordar responsabilidades***

Los nuevos enfoques sobre la responsabilidad son inseparables de la idea de la ciudadanía. En el debate abierto en Europa sobre las relaciones entre empresa, la sociedad y sobre las responsabilidades y finalidades de la empresa, la necesidad de un nuevo estatuto de ciudadanía económica y social de los trabajadores es uno de los grandes ejes de los procesos de modernización del mundo del trabajo y de los esquemas y conceptos de organización y gestión de las empresas.

Aún se debate sobre los derechos de información, consulta y participación, en el que debe definirse el papel de la autonomía, la responsabilidad y participación de los trabajadores en la organización del trabajo y en los procesos de adopción de las decisiones, los problemas de modernización de los enfoques de gestión y la cuestión del estatuto de ciudadanía de los asalariados vuelven a adquirir una importancia central en el diálogo entre los interlocutores sociales y en el debate público (ESCABO Ana, 2010, p. 273).

Con el fin de ser eficaces, los empleados deben tener una clara comprensión de sus responsabilidades y tareas, corresponde al supervisor de los trabajadores que el

empleado ha recibido la asignación de responsabilidades y tareas apropiadas y que las comprende claramente y por ende este deben estar vinculados con la misión, metas y objetivos organizativos. Los empleados deben tener una clara comprensión de que el desempeño se espera de ellos al llevar a cabo sus responsabilidades y tareas con base no solo en el trabajo que el empleado realiza sino también en sus habilidades. Al asignar responsabilidades los gerentes deben reconocer que no todos los empleados tienen iguales habilidades para utilizar eficazmente las responsabilidades que se les asignan (FINNEGAN Bryan, 2008, p. 65).

Una de las fuentes de conflicto que más se presenta en las empresas resulta del hecho que no se cuida el nivel de responsabilidades y la correcta asignación de tareas a los colaboradores, es muy común en diferentes organizaciones, no solo en empresas, por ello es bueno que cada miembro de un equipo esté comprometido, y es trabajo del líder del equipo, el encontrar la manera de comprometerlos a todos y cada uno, así se logrará que falte trabajo para que el equipo realice, en lugar de faltar quien haga las labores que se deben realizar.

#### **1.2.2.4.        *Facilitar los recursos necesarios***

El trabajo en equipo es el resultado de la confianza en los empleados, por eso es tan eficaz cuando se implementa correctamente, además los equipos de trabajo sirven para descubrir buenos líderes y gerentes en potencia, ahora bien, para que el personal pueda hacer su trabajo con eficiencia es necesario que cuenten con los recursos que se requieren. Se conoce más de un caso de directores que exigen resultados a pesar de no haber proporcionado a su gente los recursos necesarios, sean este dinero, materiales, instrumentos, personas o sistemas.

Pero la facilitación va mucho más allá de solo dejar que la gente tenga los recursos y trabaje sin intromisiones de los jefes. Para que sea efectiva, se necesita que este sustentada en la facultación o empoderamiento, el cual se logra mediante

el respeto, la responsabilidad, los estándares de excelencia la capacitación y el desarrollo (CASTAÑEDA Luis, 2010, p. 88).

La organización consiste en ordenar los recursos de los que se dispone para alcanzar las finalidades deseadas. Para organizar una empresa, lo primero que debe hacer el emprendedor es analizar sus recursos y estudiar cómo puede facilitar una adecuada interacción entre ellos. El entramado de relaciones entre los recursos disponibles (medios materiales, humanos y financieros y conocimientos) constituirá la estructura organizativa de la empresa. Cuando los ejecutivos de una empresa consideran necesario motivar a su personal para el logro de determinados objetivos, muchas veces suelen contratar especialistas o consultores externos, quienes generalmente son buenos oradores y hacen uso de determinadas técnicas orientados principalmente a incidir en el aspecto emocional de la persona (HERAS Antonio, 2009, p. 106).

Una de las características que se observa en este mundo competitivo y globalizado es que las empresas se empeñan en ser cada vez mejores, en dicho contexto, la óptima administración del factor humano tiene singular importancia. Se dice que una empresa será buena o mala, dependiendo de la calidad de sus recursos humanos. Es por ello que, con el objeto de aprovechar al máximo el potencial humano, las empresas desarrollan complejos procesos entre otros, la motivación del personal se constituye en uno de los factores de especial importancia para el logro de los objetivos empresariales y facilitar el desarrollo del trabajador.

#### **1.2.2.5. Plan corporativo**

Plan Corporativo es un técnica que pone en evidencia la necesidad de la planificación corporativa, programada y consistente, y preparada para identificar en que es necesario se moverá la empresa a largo plazo y asegurar que las estrategias se diseñen en la forma que asegure el crecimiento de la organización y garantice la renta de sus componentes a medio y largo plazo y de esta manera desarrollar la capacidad de la organización para su adaptación con garantías a los cambios en su entorno económico y social.

En la mayoría de las organizaciones con orientación en la mercadotecnia, el contenido del plan corporativo será exactamente igual al plan de mercadotecnia, pero también incluirá los planes para la disposición de otros recursos internos de la organización. Así el plan corporativo probablemente contendrá tres componentes principales;

1) Donde se encuentra la organización en la actualidad, 2) donde se propone ir la organización en el futuro y 3) como organizará la empresa sus recursos para llegar a ellos. Teóricamente los objetivos generales de las organizaciones comerciales son convencionalmente financieros; como optimizar ingresos, utilidades o el rendimiento sobre la inversión, o minimizar costos. Sin embargo también son posibles otras metas. Muchas compañías eligen el crecimiento a largo plazo que puede ser bastante distintos de la optimización de ingresos a corto plazo (CZINKOTA Michael, 2011, p.28).

El proceso de Planeación Estratégica Corporativa se efectúa con base en una metodología propia, adaptada a la forma de administración de los negocios en las empresas en América Latina, teniendo en cuenta la disponibilidad de información y disposición de tiempo de los ejecutivos, compartir la visión, establecer los objetivos de la compañía y asignar las estrategias para el logro de los objetivos componen la estructura fundamental de este proceso (BRIGHAM Eugene, 2010, p.4).

#### ***1.2.2.6. Comunicación dentro de las empresas***

La comunicación dentro de una empresa es una herramienta de gestión, por tanto hay que organizarla de modo sistemático, ya que ello repercutirá sobre la motivación y la implicación de las personas integrantes de la organización. La comunicación dentro de las empresas se está desarrollando y evoluciona de forma constante, ya que se ha comprobado que una buena política de comunicación interna y operativa genera altos rendimientos entre sus componentes, a la vez que la hace más eficaz y humana.

De lo anterior se deduce que la comunicación es necesaria para la empresa, que además es tarea de todos y a todos los niveles. Pero para que sea útil hay que tener precaución a la hora de ejercer el estilo de mandato por parte de los responsables de la empresa, ya que, dependiendo de la forma que comunique la empresa con ellos, los subordinados a su vez por mimetismo consciente o inconsciente, desarrollaran el mismo estilo de comunicación con sus colaboradores (DASÍ Fernando, 2010, p.63).

La comunicación interna busca hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia, que la gerencia también conozca el pensamiento de los empleados, y que los empleados se conozcan entre sí. En la empresa es bueno hacer llegar información a los trabajadores para que se sientan integrados y motivados en los distintos proyectos.

La responsabilidad de iniciar y mantener una buena comunicación recae en los directivos. La mayoría de los conflictos que surgen en las empresas se deben a la falta de comunicación existente entre los diferentes niveles jerárquicos al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos, sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes (MARTÍN Fernando, 2011, p. 22) (Martín, 2011).

#### ***1.2.2.7 Autoevaluación por reuniones de trabajo***

Uno de los caminos más eficientes para elevar el grado de productividad del trabajo en equipo es la autoevaluación y autocrítica de la acción del equipo. Consiste en que todos y cada uno de los miembros sea consciente de la actuación propia y de los demás, con el objeto de analizar y comprender profundamente la conducta del grupo. Obteniendo así bases para modificar la conducta de los individuos hacia el logro de las metas del grupo (MUCHINSKY Paúl, 2008, p. 42).

Es la herramienta más práctica con que cuenta una dependencia o entidad para conocer los avances y las desviaciones de sus objetivos, planes y programas, sobre todo de la operatividad de aquellas acciones que se emprenden con la finalidad de mejorar la Funcionalidad de los sistemas y procesos que regulan el quehacer de la propia entidad. Revisión detallada y periódica del propio responsable de las acciones emprendidas para mejorar el Funcionamiento de determinada área, unidad, órgano, sistema o procedimiento, a fin de medir el grado de eficiencia, eficacia y congruencia en su operación.

La autoevaluación es muy importante en cualquier ámbito, como parte del conocimiento de uno mismo, cuando se hace en forma seria, reflexiva y con el propósito de mejorar, se designa la acción de evaluarse a sí mismo, o sea, que el sujeto que se autoevalúa toma en sus manos el proceso de valorar sus propias conductas, ideas, o conocimientos.

### ***1.2.2. Centro de Capacitación***

Se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a los empleados nuevos y actuales las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo. Significa enseñar a un operador de maquina a operar su nueva empresa, el enfoque de la capacitación se ha ampliado en años se concentraba sobre todo en enseñar habilidades técnicas. La capacitación es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrollan las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales. (Navarro, M. H; Delgado, D. 2002. p.7).

La capacitación es el conjunto de medios que se organiza de acuerdo a un plan, para lograr que un individuo adquiera destrezas, valores o conocimientos teóricos, que le permitan realizar ciertas tareas o desempeñarse en algún ámbito específico. (Grundman, J. 2002. p. 18)

De acuerdo a los criterios de FRIGO Edgardo (2013) la capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus

necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Concretamente, la capacitación:

- busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo,
- en función de las necesidades de la empresa,
- en un proceso estructurado con metas bien definidas.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto. Dados los cambios continuos en la actividad de las organizaciones, prácticamente ya no existen puestos de trabajo estáticos.

Cada persona debe estar preparado para ocupar las funciones que requiera la empresa. El cambio influye sobre lo que cada persona debe saber, y también sobre la forma de llevar a cabo las tareas. Una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona. Los campos de aplicación de la capacitación.

La capacitación permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los empleados más antiguos si no han sido reentrenados. También permite adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación de las mujeres que trabajan, el aumento de la población con títulos universitarios, la mayor esperanza de vida, los continuos cambios de productos y servicios, el avance de la informática en todas las áreas, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Disminuye la tasa de rotación de personal, y permite entrenar sustitutos que puedan ocupar nuevas funciones rápida y eficazmente.

Por ello, las inversiones en capacitación redundan en beneficios tanto para la persona entrenada como para la empresa que la entrena. Y las empresas que mayores esfuerzos realizan en este sentido, son las que más se beneficiarán en los mercados hipercompetitivos que llegaron para quedarse. En tal sentido los centros

de capacitación se convierten en espacios que facilitan el referido proceso utilizando diferentes modalidades.

La capacitación de forma general se puede concebir como un conjunto de actividades académicas o prácticas que se desarrollan fundamentalmente de manera continua para mantener actualizadas a las personas sobre uno o varios temas.

### ***1.2.3. Estudio de Factibilidad***

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrolla. El concepto “Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto (” SÁNCHEZ, Guido 2010).

El origen de una pequeña empresa generalmente está asociado con la detención de una necesidad u oportunidad de negocio, buscando la independencia en términos laborales y económicos. Decir comprar o crear una empresa propia requiere considera factores legales, económicos, familiares, materiales, humanos y financieros. La ubicación de la empresa es un aspecto muy fundamental para el desarrollo de un plan.

Una vez que esté convencido de poner en marcha una empresa propia o de adquirir una en operación, el siguiente paso es realizar un estudio con la finalidad de determinar si es factible establecer y de averiguar cuáles serían las condiciones favorables para ellos. El estudio deberá cubrir aspectos como: ubicación de la empresa, instalaciones físicas internas y externas, estudio del mercado que se cubrirán, personal que deberá contratarse en el presente y en el futuro (Mejía, M. Jorge H. 2014.p 6).

El estudio de factibilidad es emprender o retomar un negocio no es una tarea fácil, para lo cual hay que seguir pasos muy importantes la cual tenemos que tener muy en cuenta para la creación de una empresa, para lo cual hay que seguir investigando los requerimientos que sean más necesarios para el bienestar de la empresa y los clientes que se van a capacitar y tengan una buena administración en cada una de sus pequeñas empresas.

Antes de pasar a describir y analizar los componentes y la estructura de estudio conviene precisar dos de los términos más utilizados en materia de proyectos, que desafortunadamente suelen emplearse como sinónimos, aun cuando responden a conceptos distintos. Tal precisión es importante porque su manejo diferenciado permite comprender con mayor factibilidad los últimos adelantos metodológicos sobre la evaluación de la inversión.

Por lo tanto, el concepto de factible se desprende como conclusión de todo análisis, sea superficial, profundo, metodología, metódico o arbitrario, sobre una acción a ejecutar. Si la misma implica la inversión de un monto considerable de recursos económicos se buscara un estudio exhaustivo que comprenda variables tan diversas (Edgar, A. Hernández D.2010.p44).

#### **1.2.3.1. Valor actual neto (VAN)**

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

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un

proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado (BURLAUD Romain, 2009, p.131).

El valor actual neto de un proyecto de inversión es la suma algebraica del valor actualizado de todos los flujos de fondos (cobros y pagos) que ya se han realizado, o se han de realizar en el futuro en relación con él, durante un periodo predeterminado de tiempo. La tasa de actualización que se emplea es el coste medio ponderado del capital, con objeto de verificar si el proyecto, durante un periodo de tiempo prefijado, es capaz de retornar unos flujos tales que permitan a la empresa recuperar la inversión y pagar a los aportantes del capital.

La renta que aquellos exigen para quedar compensados por su aportación, de acuerdo con el método del valor actual neto (VAN), si se trata cosas de evaluar un solo proyecto de inversión, una empresa puede razonablemente emprender todo aquel cuyo valor actual neto sea positivo, o al menos igual a cero. Si se trata de elegir entre varios proyectos excluyentes entre sí, debería emprender aquellos cuyo valor actual neto sea superior al de los demás (LORING Jaime, 2009, p.239).

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, si queda alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no, el VAN también permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador pueden determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo.

#### **1.2.3.2. Tasa interna de rentabilidad (TIR)**

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0).

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor. Las críticas a este método parten en primer lugar de la dificultad del cálculo de la T.I.R. (haciéndose generalmente por iteración), aunque las hojas de cálculo y las calculadoras modernas (las llamadas financieras) han venido a solucionar este problema de forma fácil.

La T.I.R. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un V.A.N. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada (MONDINO Diana, 2011, p. 233).

Se define como la tasa de interés que produce el capital que permanece invertido en el proyecto, debe hacerse énfasis en el concepto de permanencia del capital invertido, ya que TIR se aplica efectivamente al saldo acumulado en el principio de cada periodo del horizonte de ingresos y egresos, y no solo para la inversión inicial del capital. Es la tasa más alta que puede pagar un inversionista, sin perder dinero, en una inversión (ÁLVAREZ Alberto, 2009, p.159).

La TIR es el rendimiento que mide la rentabilidad relativa de un período del proyecto de inversión sobre el capital que permanece invertido a principios de cada período; incluye la retribución a los recursos financieros del capital invertido, por lo que es bruta, y además, se refiere al capital que a principio de cada año permanece inmovilizado en el proyecto y no al capital que se inmoviliza inicialmente.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Análisis e Interpretación de Resultados**

#### **2.1 Caracterización del cantón La Maná**

El cantón La Maná es considerado como una tierra agrícola, ganadera y minera su clima es sub-tropical donde se proporciona los diferentes cultivos.

Está localizado en la región natural occidental de las estribaciones externas de la cordillera de Los Andes, en la provincia de Cotopaxi. Se ubica en la zona templada subtropical entre los 200 y 1150 msnm. Está situada a unos 150 Km de Latacunga, capital de la provincia, siendo una zona importante del país en producción agrícola, ganadera, turística y cultural. La vegetación está comprendida mayoritariamente por la tropical y la subtropical hacía los pisos más altos formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región sub andina. Los cultivos son de carácter subtropical, especialmente de caña de azúcar, café y cítricos.

Sus Límites son:

Norte: con la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo

Sur: El río Calope es el accidente geográfico que la separa de la parroquia Moraspungo, cantón Pangua.

Este: La parroquia La Esperanza del cantón Pujilí y Sigchos.

Oeste: El cantón Valencia y Quinsaloma de la provincia de Los Ríos.

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), realizado en el país (2010), cantón La Maná presenta una base piramidal ancha, que representa una población joven, a expensas de los grupos de edad comprendidos entre 0-24 años.

Según estudios realizados en el cantón La Maná y sus alrededores, existen empresas que venden sus productos y de alguna manera asesoran como utilizar el mismo, pero no existen ningún tipo de consultoras de contabilidad y auditoría que den un servicio óptimo con lo cual el productor pueda llevar un control desde el inicio hasta el fin de su producción. Por eso es indispensable que nuestro Cantón cuente con este tipo de consultorías.

## **2.2 Metodología utilizada**

La investigación se guía por las siguientes preguntas científicas:

¿Cómo podríamos argumentar científicamente los estudios de factibilidad y los procesos de capacitación?

¿Cómo conseguiríamos demostrar la viabilidad del proyecto, logrando identificar estrategias generales, áreas y dinámicas de capacitación de acuerdo a las necesidades del cantón La Maná provincia de Cotopaxi?

¿Cuándo lograrías ejecutar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización y la ingeniería del proyecto?

## **2.3. Tipos de Investigación**

Para la realización del proyecto de tesis se utilizó la investigación descriptiva con el fin de conocer datos preliminares de la situación actual del problema con información real respecto la aplicación de un estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación, esto permitió conseguir antecedentes de la información nacional internacional de acuerdo a los principios y normas de contabilidad.

### ***2.3.1. Investigación Descriptiva***

Permite conocer en forma detallada las costumbres, comportamientos de cada trabajo que se propone realizar en la capacitación por cuanto facilita la determinación de causas y efectos del estudio de la empresa que se está realizando.

### ***2.3.2 Investigación Explicativa***

Es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Se basa al fundamento de hipótesis y hace que las conclusiones lleven a la formulación de leyes o principios científicos, en que el investigador se traza como objetivos estudiar, los hechos o fenómenos.

### ***2.3.3. Investigación Correlacional***

Parte en la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico estableció relación entre dos variables esenciales que permitió tomar una decisión con respecto a la creación o no del centro de capacitación.

## **2.4. Metodología**

El estudio se fundamentó en el diseño no experimental dado que el trabajo mostrará los posibles beneficios mediante el sistema de costos a través de una propuesta para el Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría, el levantamiento de datos se aplicó mediante los instrumentos como encuestas que proporcionó un realce a la información.

## 2.5. Análisis e interpretación de resultados de aplicación de la encuesta

### 2.5.1. Población o Universo

La población general está conformada por 22.708 personas que forman la población urbana 13.625 en el cantón La Maná.

**CUADRO 1. POBLACIÓN URBANA DEL CANTÓN LA MANÁ**

<b>Estracto</b>	<b>Población</b>
Población	13.625

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**Fuente:** INEC, año 2010

### 2.5.2. Tamaño de la Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N - 1) + 1}$$

Dónde:

N = Población

n = Tamaño de la muestra

E = Error (0,05)

$$n = \frac{13.625}{(0.05)^2 (13.625 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{13.625}{(0.0025)(13.624) + 1}$$

$$n = \frac{13.625}{34.06 + 1}$$

$n = 389$  Habitantes

La muestra para el estudio será de 389 personas, que pertenecen al 60% de la población urbana económicamente activa, a las cuales se realizó la encuesta para determinar la creación del Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría.

## **2.6. Métodos y Técnicas**

### ***2.6.1. Métodos***

- Análisis-síntesis: se emplea en el estudio de la literatura consultada, determinar regularidades y tomar posiciones respecto al estudio de factibilidad
  
- Inductivo-deductivo: permite profundizar en el estudio del problema que se investiga mediante la elaboración de los resultados que partieron de la búsqueda bibliográfica realizada en relación a los estudios de factibilidad.

### ***2.6.2 Técnicas***

La investigación implica la aplicación de un cuestionario- encuestas a la muestra obtenida dentro del sector urbano del cantón La Maná.

Finalmente con la aplicación de cada uno de las técnicas se obtuvo un levantamiento de información ordenada y así poder ajustar los datos respectivamente de cada una de las técnicas, abarcando un nivel respectivo de cada efecto investigado.

## 2.7. Resultados de las encuesta

### 2.7.1. Encuestas realizadas al sector urbano del cantón La Maná

1.- ¿Existe un Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná?

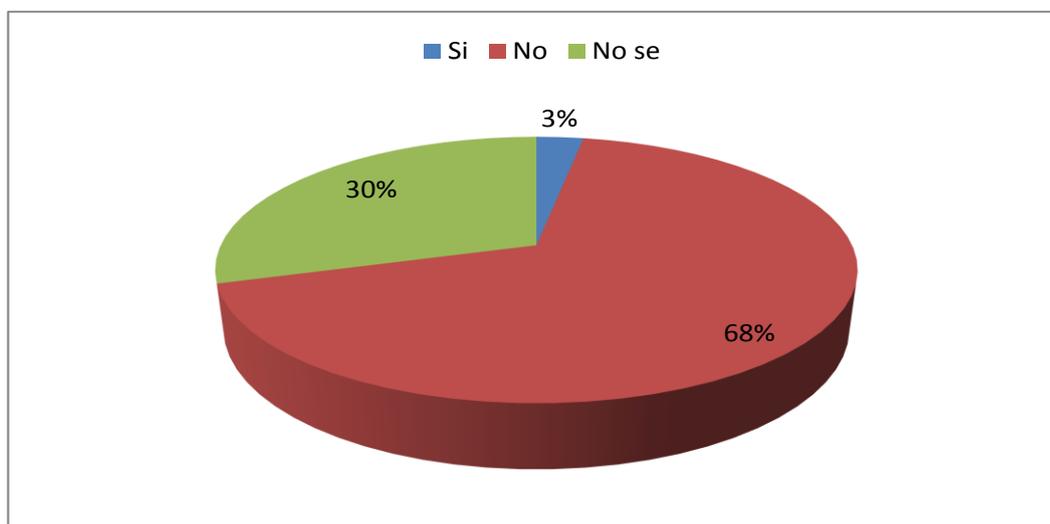
**CUADRO 2. CAPACITACIÓN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	3%
No	263	68%
No se	115	30%
Total	389	100,00%

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 2. CAPACITACIÓN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**



Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

#### ***Análisis e interpretación:***

Según la muestra investigada del 100% de los encuestados, el 68% manifiesta que No existe en el cantón La Maná un Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría, 30% respondió que no conoce este servicio y el 3% respondió que Sí existe un centro de capacitación, para la cual tenemos representado en este gráfico.

**2.- ¿Alguna vez ha utilizado el servicio de capacitación de Contabilidad y Auditoría en un Centro establecido para este propósito?**

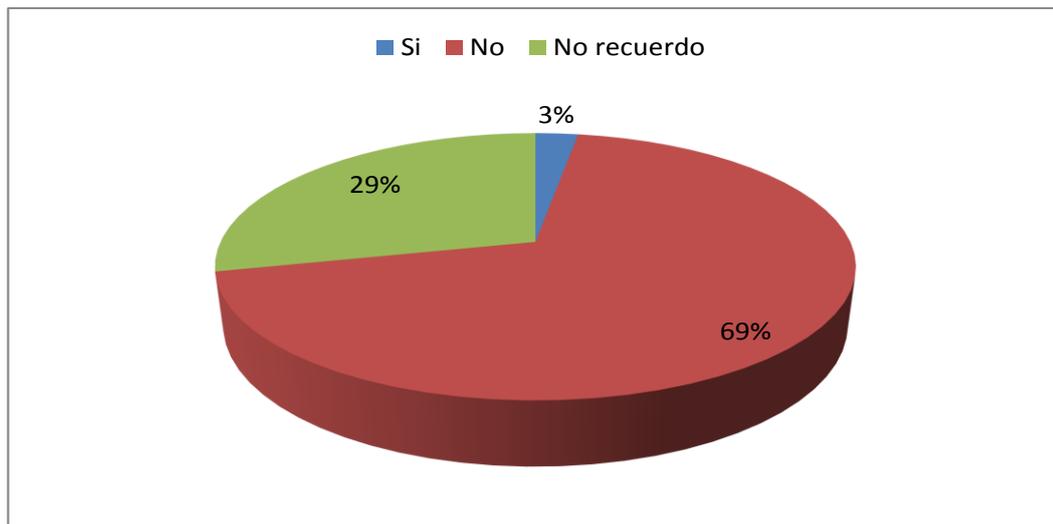
**CUADRO 3. SERVICIOS DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	3%
No	268	69%
No recuerdo	111	29%
Total	389	100,00%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 3. SERVICIOS DE CAPACITACIÓN**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

***Análisis e interpretación:***

Mediante las encuestas realizadas, el 69% No ha utilizado un centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría, el 29% indicó que No recuerda haber utilizado este servicio contable, mientras que el 3% manifestó que Sí ha utilizado este servicio de capacitación, resultados muy relevantes en la investigación.

**3.- Cuando Usted ha utilizado los servicios de un Centro de Contabilidad y Auditoría lo ha hecho en:**

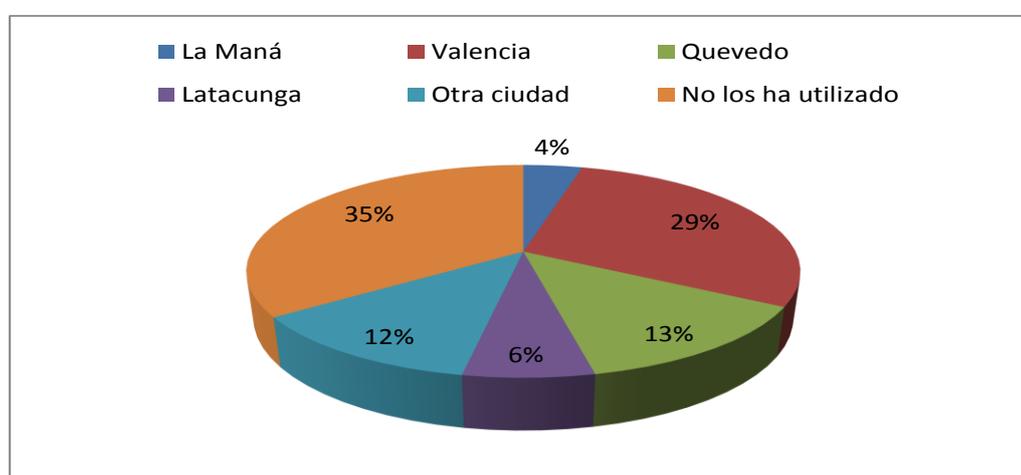
**CUADRO 4. CENTRO DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Maná	16	4%
Valencia	113	29%
Quevedo	52	13%
Latacunga	25	6%
Otra ciudad	48	12%
No los ha utilizado	135	35%
Total	389	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 4.CENTRO DE CAPACITACIÓN**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

***Análisis e interpretación:***

Según datos extraídos de las encuestas aplicadas, el 35% de las personas no ha utilizado los servicios de un Centro de Contabilidad y Auditoría, mientras que el 29% ha recurrido a la ciudad de Valencia a realizar el servicio contable y dentro de los resultados de la encuesta también indicaron que el 12% utilizaron estos servicios en Otras ciudades y que en un porcentaje minoritario del 4% han realizado este servicio en el cantón La Maná.

**4.- ¿De los Centros de Capacitación de Contabilidad y Auditoría que usted ha visitado que características considera deficiente en los servicios prestados?**

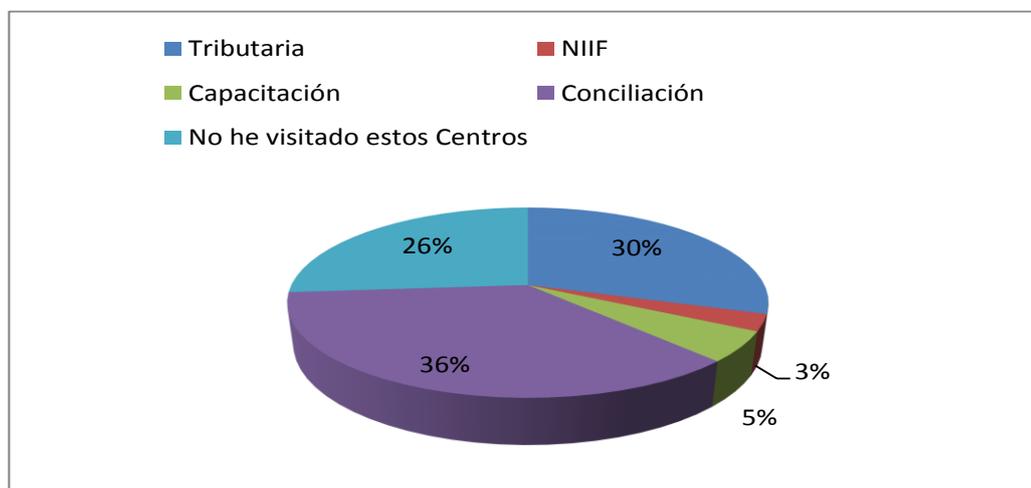
**CUADRO 5. CARACTERÍSTICAS DE SERVICIOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tributaria	116	30%
NIIF	11	3%
Capacitación	20	5%
Conciliación	140	36%
No he visitado estos Centros	102	26%
Total	389	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 5. CARACTERÍSTICAS DE SERVICIOS**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

***Análisis e interpretación:***

Según encuestas aplicadas en el presente trabajo de investigación se evidencia que el 26 % no han visitado este centro de capacitación, mientras que el 36% conoce el servicio de conciliación, el 5% de las personas dicen que han visitado un centro capacitación, así como el 3% manifiesta conocer un poco de las NIIF. (Normas Internacionales de Información Financiera) y 30% desconoce cómo tributar en la actualidad.

**5.- Considera que un Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná debe ofrecer sus servicios de manera:**

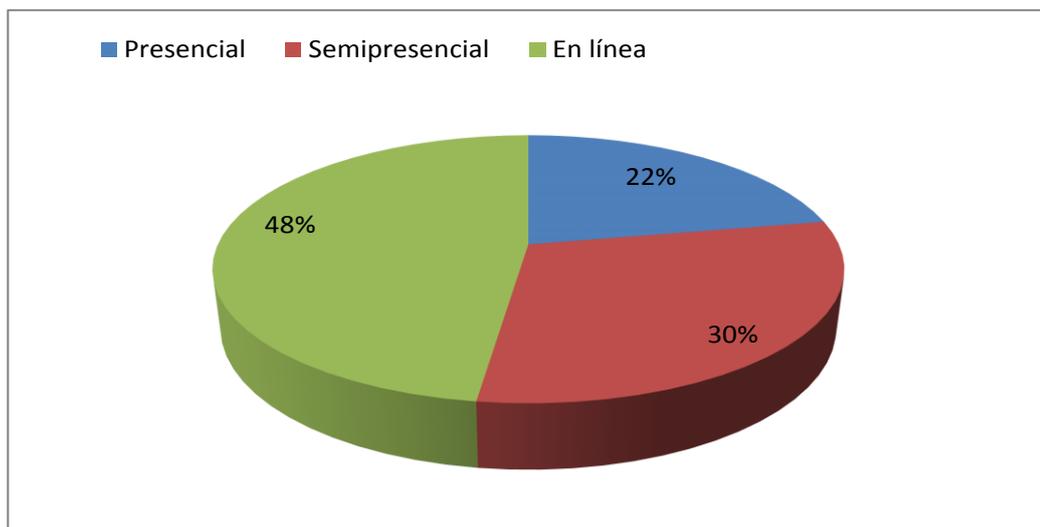
**CUADRO 6. OFRECER SERVICIOS**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Presencial	86	22%
Semipresencial	117	30%
En línea	186	48%
Total	389	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 6. OFRECER SERVICIOS**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### **Análisis e interpretación**

Según se muestra en el gráfico N°6 del 100% de los encuestados, el 48% prefieren el curso de Capacitación de Contabilidad y Auditoría en línea, mientras que el 30% le gustaría capacitarse de manera Semipresencial y el 22% de forma Presencial.

**6.- ¿Alguna vez ha recibido capacitaciones en áreas contables y tributarias?**

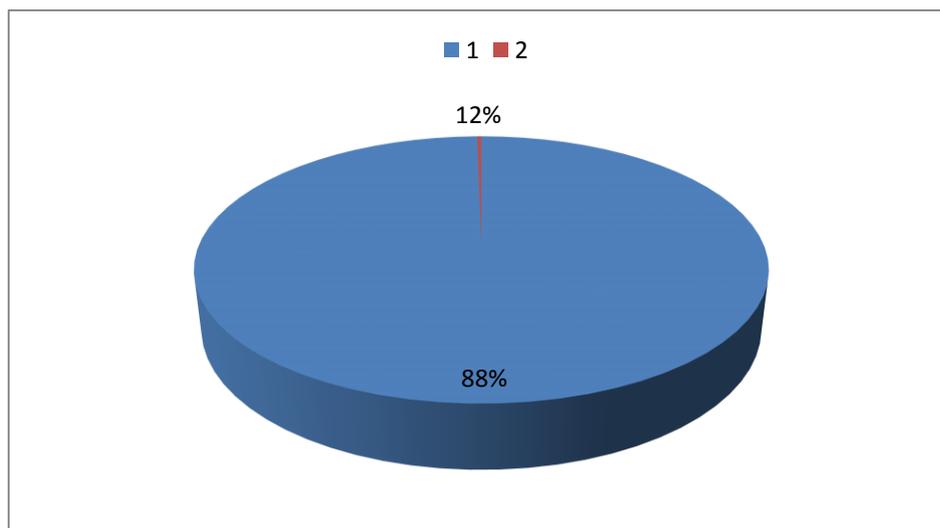
**CUADRO 7. CAPACITACIÓN EN ÁREA CONTABLE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	45	12%
No	344	88%
Total	389	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 7. CAPACITACIÓN EN ÁREA CONTABLE**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**Análisis e interpretación.**

De acuerdo a los datos estadísticos extraídos de la muestra investigada el 88% responde que No ha recibido capacitaciones y el 12% indica que Si ha asistido a uno de estos servicios en las áreas de contabilidad y tributación, resultados que analíticamente proyectan a la creación del Centro de Capacitación Contable en el cantón La Maná.

**7.- Usted invertiría recursos económicos en una capacitación de Contabilidad y Auditoría?**

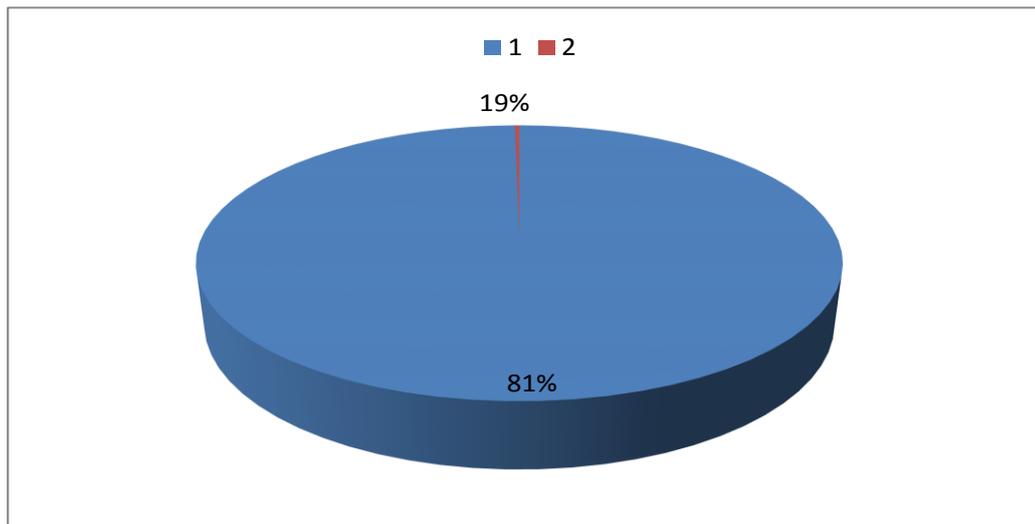
**CUADRO 8. RECURSO ECONÓMICO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	314	81%
No	75	19%
Total	389	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 8. RECURSO ECONÓMICO**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**Análisis e interpretación**

El gráfico N° 8 nos indica que del 100% de los encuestados el 81% Si se encuentra en capacidad de invertir económicamente en una capacitación, frente a un 19% que no estaría en esa capacidad, lo que contribuye al desarrollo de esta problemática.

**8.- ¿Le gustaría que los Estudiantes, Docentes y Empleados sean constantemente capacitados en Contabilidad y Auditoría?**

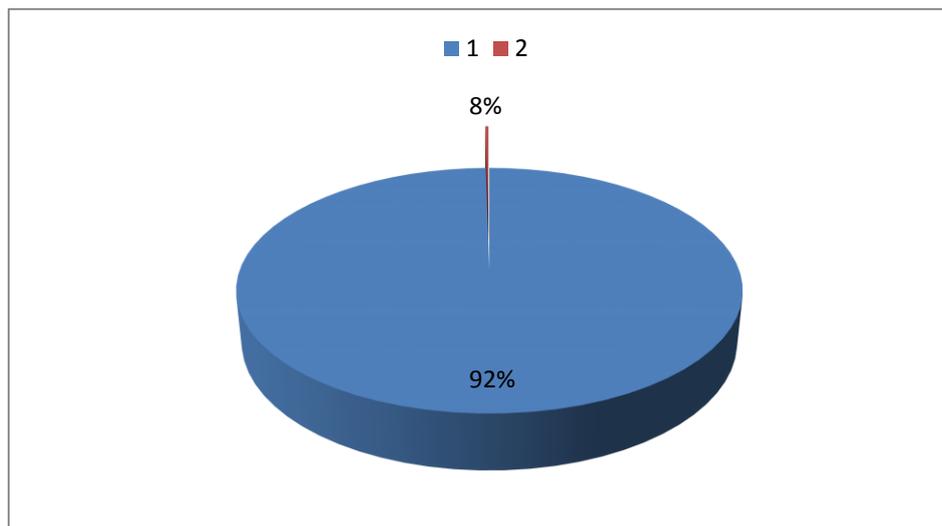
**CUADRO 9. CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	359	92%
No	30	8%
Total	389	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 9. CAPACITACIÓN**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### **Análisis e interpretación**

En gráfico N° 9 más del 92% de los encuestados ve como positivo que los Estudiantes, Docentes y Empleados sean constantemente capacitados en contabilidad y Auditoría, como vía de solventar el desconocimiento o falencias en términos contables.

**9.-Cada qué tiempo le gustaría que se oferten capacitaciones en Contabilidad y Auditoría?**

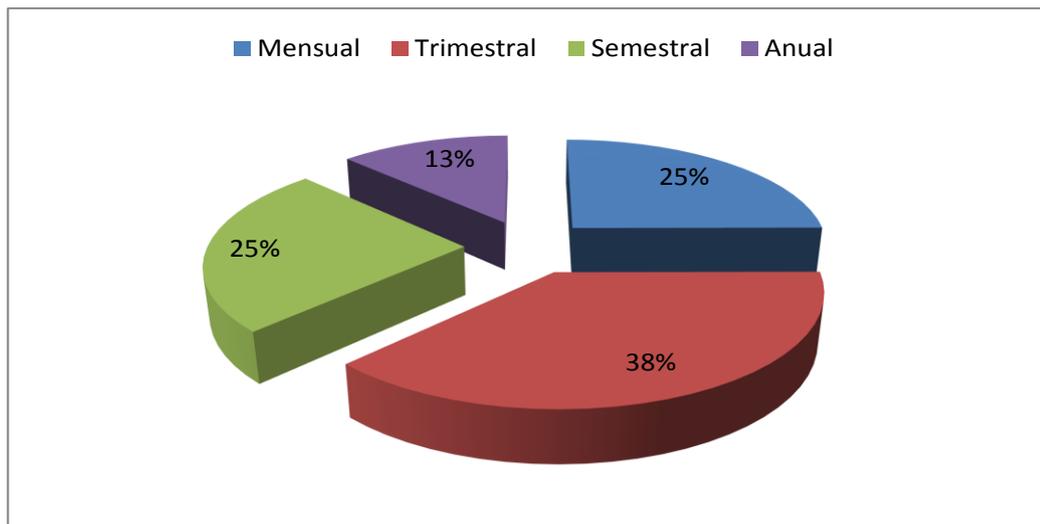
**CUADRO 10. TIEMPO DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	97	25%
Trimestral	146	38%
Semestral	97	25%
Anual	49	13%
Total	389	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 10. TIEMPO DE CAPACITACIÓN**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**Análisis e interpretación.-** El 38% del personal encuestado ve como muy positivo que las actividades de capacitación en Contabilidad y Auditoría que la Universidad Técnica de Cotopaxi ofrece se desarrollen en forma trimestrales pues permiten una rápida y eficiente preparación.

**10.- Cree usted que los costos de capacitación contable en el cantón La Maná están al alcance de su economía?**

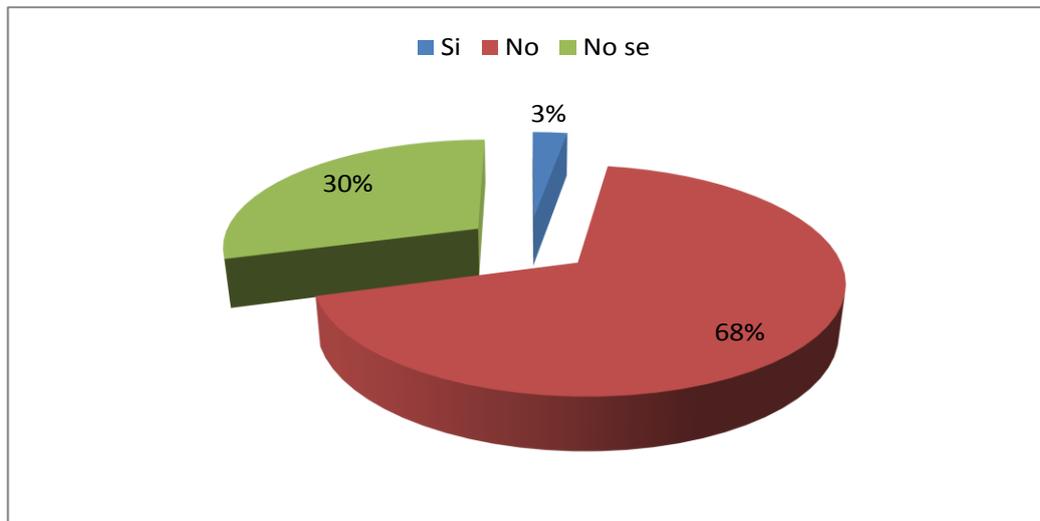
**CUADRO 11. CAPACITACIÓN CONTABLE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	3%
No	264	68%
No se	115	30%
Total	389	100,00%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**GRÁFICO 11. CAPACITACIÓN CONTABLE**



**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

***Análisis e interpretación***

El 68% del personal encuestado ve como muy negativo que los costos de capacitación en Contabilidad y Auditoría no están al alcance de su economía, el 3% de las personas encuestadas respondieron que sí, el 68% no sabe de un costo de capacitación contable.

## **2.8. CONCLUSIONES**

- El cantón La Maná no cuenta con un centro de capacitación la cual brinde y satisfaga las necesidades de cada uno de los ciudadanos que demanden de sus servicios según el 68% de los encuestados.
- Los habitantes del cantón La Maná que necesitan de los servicios de las consultoras de contabilidad y auditoría se ven en la necesidad de trasladarse al cantón Valencia y Quevedo para satisfacer sus necesidades puesto que en la ciudad no cuentan con un centro de capacitación, por tal motivo consideran que es necesario la creación de un centro de capacitación en el cantón La Maná que brinde un buen servicio.
- Los clientes del centro de capacitación no están complacidos, puesto que consideran que hay deficiencia en la calidad de servicio que ofertan los mismos, constatado por las personas que visitan regularmente estos centros de capacitación.

## **2.9. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda el apoyo de las personas y entidades inmersas para la creación de un centro de capacitación de contabilidad y auditoría considerando que a través de ello el Cantón tiene la facilidad de acceso al servicio de consultoría y asesoría contables y satisfaciendo sus necesidades e evitando que se trasladen a otras ciudades, lo cual contribuirá al desarrollo de la sociedad Lamanence.
- Los servicios que oferte el centro de capacitación debe ser de calidad, precios acordes a la capacidad de pago de los clientes de tal manera que se cumplan las expectativas esperadas del servicio que demandan ya sea mensual, semanal o quincenal.

- Que se realice un estudio de factibilidad tendiente a describir las características de los demandantes y ofertantes de los servicios que prestará el Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná.

## **CAPÍTULO III**

### **3. DISEÑO DE LA PROPUESTA**

#### **3.1. Justificación**

La propuesta se justifica en base a los resultados obtenidos de la encuesta donde se comprueba la hipótesis planteada, es decir que los microempresarios cuentan con escasos conocimientos contables y tributarios, por lo tanto, mantienen un débil control de sus actividades, evasión de sus obligaciones tributarias, estos los ha llevado a ser sujetos de sanciones y multas. Además no han solicitado los servicios de personas profesionales por desconocer de la existencia de estos servicios en el cantón, o por la poca publicidad que emplean este tipo de organizaciones.

Toda esta de situaciones dieron la pauta para proponer un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación en Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná, empresa que además brindará capacitación a los sectores, con el fin de actualizar su conocimientos y que estos sean puestos en marcha potenciando su participación en el mercado.

Esta nueva alternativa asesora está bajo una filosofía corporativa, proyectando a la ciudadanía una excelente imagen. La meta de la organización es convertirse en una organización modelo que impulse el desarrollo de las empresas en el cantón La Maná. Su interés se fundamenta en brindar asesoría contable y tributaria para todas aquellas entidades que mantienen una actitud comercial que deseen sacar adelante sus organizaciones, con bases sólidas que garanticen el éxito de los mismos, impulsando así el crecimiento económico y a su vez generando plazas de trabajo para el cantón La Maná.

## **3.2. Fundamentación**

La microempresa está comprendida con personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados aproximadamente.

### **3.2.1 Ventajas**

- Es una fuente generadora de empleo.
- Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Es flexible, adaptando sus productos a los cambios del mercado.

### **3.2.2 Desventajas**

- Utilizan tecnología ya superada
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a créditos.

La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado Interno. La importancia de las empresas de subsistencia, a pesar que no son grandes generadoras de empleo remunerado, es que mejoran los niveles de vida de la población y representan una alternativa a la pobreza extrema. Incluso las microempresas que van más allá de la supervivencia, que suelen ser identificadas como: “microempresas consolidadas“, constituyen también una importante fuente de ocupación para amplios sectores de la población, joven y habituada que no cuentan con los niveles de calificación exigidos por los mercados laborales más modernos.

## **3.3 Objetivo**

Objetivo general: crear una empresa que brinde asesoría contable y tributaria aplicando las herramientas y conocimientos específicos necesarios del talento

humano calificado, que busque la optimización del proceso, procedimientos contables en beneficios de la organización y el mercado.

### ***3.3.1 Objetivos específicos***

- Diseñar una estructura orgánica bien definida que permita el desempeño de sus actividades.
- Crear estrategias con miras a posesionar la asesoría en el mercado de diferentes cantones, a través de maniobras de difusión y publicidad de elevado impacto comunitario.
- Describir funciones y procedimientos, para optimizar las actividades internas y externas de esa nueva alternativa asesora.
- Desarrollar capacidades continuas de acuerdo a las nuevas reformas tributarias.

### **3.4 Ubicación**

La asesoría contable tributaria brinda sus servicios en la provincia Cotopaxi, cantón La Maná.

### **3.5 Factibilidad**

### **3.6. Factibilidad administrativa**

CENTRO DE CAPACITACIÓN CONTABLE “LA MANÁ”

#### ***3.6.1 Misión***

Somos una empresa que brinda servicio de asesoría de calidad que favorece las competencias laborales de las empresas en aspectos, contables y tributarios en el

cantón La Maná, por medio de estrategias y mecanismos implantados que facilitan la inmediata solución a los problemas, contribuyendo así al desarrollo económico de la empresa y la comunidad.

### **3.6.2 Visión**

Liderar a mediano plazo el mercado en múltiples áreas, buscando la innovación y actualización constante de los servicios e información, orientados a la calidad total y aportando al crecimiento económico de la microempresa del cantón La Maná.

## **3.7 Valores Corporativos**

- Calidad total
- Ética profesional
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo.
- Transparencia
- Mejora continua

## **3.8. Calidad Total**

El servicio será dado por profesionales calificados quienes cumplirán con los requerimientos de los clientes en el tiempo acordado, basados siempre a la aplicación de adecuados procesos en cada una de sus áreas de trabajo.

## **3.9. Ética Profesional**

La aplicación de principio valores y normas que indican serán aspectos que pondrán en práctica el talento humano demostrando así la calidad del servicio brindado.

### ***3.9.1. Responsabilidad***

Se refleja en las actuaciones de la empresa y sus funciones con los clientes, respetando las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.

### ***3.9.2. Transparencia***

Refleja las acciones en la gestión de la entidad a través de la relación directa entre sus clientes, involucra de por sí la honestidad, manejo de personas, recursos, materiales e información tanto al usuarios interno como externo.

### ***3.9.3. Mejora continua***

Innovar constantemente, con el fin de prever y responder a las necesidades cambiantes de clientes y nuestro sistema de trabajo.

### ***3.9.4. Requerimiento del talento humano***

1 Gerente

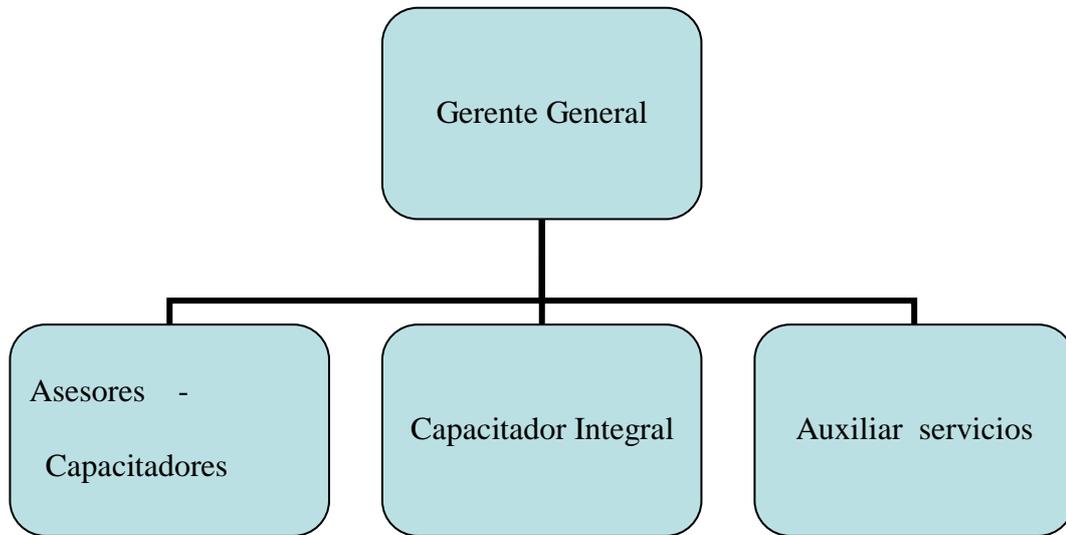
1 Asesor- capacitador contable

1 Asesor- capacitador tributario

1 Capacitador integral

1 Auxiliar servicios

**FIGURA 1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

## CUADRO 12. Descripción del cargo: GERENTE GENERAL

<b>Naturaleza del Cargo</b>
Ser responsable de supervisar, coordinar, controlar planificar y tomar dicciones en lo concerniente
<b>Funciones específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Coordinar los diferentes talleres para la capacitación a los empresarios.</li><li>✓ Planificar los futuros talleres direccionados a las necesidades de los clientes.</li><li>✓ Establecer diferentes tipos de contratos o convenios con clientes actuales o potenciales.</li><li>✓ Tomar decisiones en todo aspecto referente al negocio.</li><li>✓ Supervisar la ejecución de todos los procesos en los diferentes departamentos.</li><li>✓ Controlar la ejecución del trabajo, comparando los resultados con los esperados.</li><li>✓ Establecer alianzas comerciales.</li></ul>
<b>Características específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Requiere de lata moral comprobada.</li><li>✓ Lealtad, responsabilidad, respeto y buenas relaciones interpersonales.</li><li>✓ Capacidad y criterio para toma de decisiones.</li><li>✓ Ser comunicativo.</li></ul>
<b>Perfil de Cargo</b>
Edad: 28-35 años Género: Indistinto. Estado Civil: indistinto. Educación: Título de Tercer nivel en C.P.A. Experiencia: 3 años como mínimo en áreas similares

<b>Competencias Conductuales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Iniciativa y talento para los negocios.</li> <li>✓ Modalidad de contacto.</li> <li>✓ Pensamiento Estratégico.</li> <li>✓ Trabajo en Equipo.</li> <li>✓ Dinamismo y Energía</li> <li>✓ Liderazgo.</li> </ul>
<b>Cursos de especialización</b>
Diseños de Políticas y Procedimientos Marketing
<b>Entrenamiento en el puesto</b>
De 15 a 20 días para conocer el mercado y su estructura organizacional
<b>Conocimiento de Idiomas</b>
Requiere Inglés intermedio
<b>Ambiente de trabajo</b>
Oficina compartida y acondicionada.
<b>Riesgo de enfermedades profesionales</b>
Mínimo riesgo de enfermedades gastrointestinales.
<b>Especificaciones</b>
Autoridad para tomar decisiones. Autorizar fastos administrativos y de su personal en sugestión al presupuesto asignado a cada departamento.
<b>Tipo de Supervisión recibida</b>

No aplicada.
<b>Relaciones Interpersonales Internas</b>
Con todos las áreas para la resolución de problemas y requerimiento de necesidades
<b>Relaciones Interpersonales Externas</b>
Proveedores para establecer o mantener relaciones de negocios SRI (Servicios de Rutas internas) Instituciones Financieras Clientes
<b>Situación Típica</b>
Optimización de gastos Resolver los problemas que se presenten en la empresa Mantener un buen ambiente en la organización
<b>Procesos en los que interviene</b>
Reclutamiento, selección y contratación del personal Pago de proveedores Control de asistencia Compra de requerimientos Revisión de estados financieros

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 13. Descripción del cargo: ASESOR-CAPACITADOR TRIBUTARIO**

<b>Naturaleza del cargo</b>
Brindar las asesorías y capacitación relacionadas al ámbito tributarios, tanto para los clientes como para la asesoría
<b>Funciones específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar asesoría y servicio tributario a brindarse</li> <li>✓ Organizar la información obtenida del cliente en base al tipo de asesoría a brindar.</li> <li>✓ Clasificar y ordenar los diferentes temas de asesoría y servicio tributario a tratarse</li> <li>✓ Redactar los diferentes asesoramientos a tratar</li> <li>✓ Realizar el informe de asesoría y servicio tributario previo análisis</li> </ul>
<b>Características Específicas</b>
<p>Capacidad de organización</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo</p> <p>Personalidad equilibrada</p> <p>Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores.</p> <p>Ser comunicativo.</p>
<b>Perfil del Cargo</b>
<p>Edad: 27 años o mas</p> <p>Género: indistinto</p> <p>Estado civil: indistinto</p>
<b>Competencias Conductuales</b>
<p>Calidad del trabajo</p> <p>Habilidad analítica.</p> <p>Conocimiento de la industria y el mercado</p>

Aprendizaje continuo
Trabajo en equipo
<b>Competencias técnicas</b>
Educación: Título de cuarto nivel en el área
Experiencia: 2 años como asesor en cargos o puestos similares
<b>Capacitación mínima requerida</b>
Cursos generales:
Word
Excel Financiero
Power Point
Cursos especialización:
Tributación Fiscal
<b>Entrenamiento en el puesto</b>
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la empresa
<b>Conocimiento de Idiomas</b>
Requiere de Inglés intermedio
<b>Ambiente de trabajo</b>
Oficina compartida y acondicionada
<b>ESPECIFICACIONES</b>
Autoridad para tomar decisiones
Organización de su trabajo diario
<b>Tipo de superación recibida</b>
Directa pero frecuente del gerente
<b>Relaciones interpersonales Internas</b>
Con todos la áreas
<b>Relaciones interpersonales Externas</b>
SRI (Servicios de rentas internas)
Instituciones Financieras
Clientes
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
Planificación de actividades

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 14. Descripción del cargo: ASESOR- CAPACITADOR  
CONTABLE**

<b>Naturaleza del cargo</b>
Proveer de información veraz y establecer procesos adecuados en la ejecución de la labor contable.
<b>Funciones específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaborar los respectivos informes de aplicación en base a la asesoría o servicio contable a brindarse.</li> <li>✓ Analizar minuciosamente la documentación de soporte recibida del cliente previa ejecución de asesoría o servicio contable.</li> <li>✓ Desarrollar manuales de contabilidad básica a utilizar en la asesoría del cliente</li> <li>✓ Proporcionar la asesoría requerida a micro empresarios en base a sus necesidades y de acuerdo a la actividad o negocio que posee</li> <li>✓ Brindar soluciones ágiles objetivas y oportunas al cliente en la elaboración de registros contables</li> <li>✓ Ofrecer al cliente análisis contables íntegros de su actividad o negocio</li> <li>✓ Desarrollar procesos de capacitación</li> </ul>
<b>Características Específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidad de organización</li> <li>✓ Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>✓ Personalidad equilibrada</li> <li>✓ Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores</li> <li>✓ Ser comunicativo</li> </ul>
<b>Perfil del Cargo</b>
<p>Edad: 27 años o mas</p> <p>Género: indistinto</p> <p>Estado civil: indistinto</p> <p>Educación: Título de cuarto nivel en el área de conocimientos</p>
<b>Competencias Conductuales</b>
<p>Calidad del trabajo</p> <p>Habilidad analítica.</p>

<p>Conocimiento de la industria y el mercado</p> <p>Aprendizaje continuo</p> <p>Trabajo en equipo</p>
<b>Competencias técnicas</b>
<p>Educación: Título cuarto nivel en el Área</p> <p>Experiencia: 2 años como asesor en cargos o puestos similares</p>
<b>Capacitación mínima requerida</b>
<p>Cursos generales:</p> <p>Word</p> <p>Excel Financiero</p> <p>Power Point</p>
<b>Cursos especialización</b>
<p>Procedimientos contables</p> <p>Contabilidad avanzada</p>
<b>Entrenamiento en el puesto</b>
<p>De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la asesoría</p>
<b>Conocimiento de Idiomas</b>
<p>Requiere de Inglés intermedio</p>
<b>Ambiente de trabajo</b>
<p>Oficina compartida y acondicionada</p>
<b>ESPECIFICACIONES</b>
<p>Autoridad para tomar decisiones</p> <p>Organización de su trabajo diario</p>
<b>Tipo de superación recibida</b>
<p>Directa pero frecuente del Gerente</p>
<b>Relaciones interpersonales Internas</b>
<p>Con todos las áreas</p>
<b>Relaciones interpersonales Externas</b>
<p>SRI (Servicios de rentas internas)</p> <p>Instituciones Financieras</p> <p>Clientes</p>

IESS
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
Planificación de estados financieros Declaraciones.

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 15. Función del cargo: CAPACITADOR INTEGRAL**

Naturaleza del cargo
Realizar capacitaciones o charlas a los microempresarios y comerciantes formales e informales de este sector comercial
Funciones específicas
Planificar cronograma de capacitaciones Preparar el material de capacitación Solicitar los materiales para las capacitaciones Coordinar con la gerencia las actividades de capacitación Realizar un registro de las personas que acuden a las capacitaciones Entrega de registro a la gerencia
Características Específicas
Capacidad de organización Capacidad de trabajo en equipo Personalidad equilibrada Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores. Ser comunicativo.
Perfil del Cargo
Edad: 27 años o mas Género: indistinto Estado civil: indistinto
Competencias Conductuales
Calidad del trabajo Habilidad analítica. Conocimiento de la industria y el mercado Aprendizaje continuo Trabajo en equipo
Competencias técnicas
Educación: Título cuarto nivel Experiencia: 2 años como asesor en cargos o puestos similares
Capacitación mínima requerida

Cursos generales:
Word
Excel Financiero
Power Point
Project
Cursos especialización:
Ética y comportamiento humano
Calidad en atención al cliente
Entrenamiento en el puesto
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la asesoría
Conocimiento de Idiomas
Requiere de Inglés intermedio
Ambiente de trabajo
Oficina compartida y acondicionada
<b>ESPECIFICACIONES</b>
Autoridad para tomar decisiones
Organización de su trabajo diario
Tipo de superación recibida
Directa pero frecuente del gerente
Relaciones interpersonales Internas
Con todos los departamentos
Relaciones interpersonales Externas
SRI (Servicios de rentas internas)
Instituciones Financieras
Clientes
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
Captación de clientes

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 16. Función del cargo: AUXILIAR SERVICIOS**

Naturaleza del cargo
Apoyar las tareas administrativas propias de la Unidad de destino así como ejecutar cuantos encargos se le encomienden por razones del servicio.
Funciones específicas
Archivar libros y documentos Preparar el material de capacitación Solicitar los materiales para las capacitaciones Coordinar con la gerencia las actividades de capacitación Realizar un registro de las personas que acuden a las capacitaciones Entrega de registro a la gerencia
Características Específicas
Atender e informar a los usuarios y usuarias de los servicios que se ofrecen en su edificio/s y la forma de utilizarlos Capacidad de organización Capacidad de trabajo en equipo Personalidad equilibrada Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores. Ser comunicativo.
Perfil del Cargo
Edad: 26 años o mas Género: indistinto Estado civil: indistinto
Competencias Conductuales
Calidad del trabajo Habilidad analítica. Conocimiento de la industria y el mercado Aprendizaje continuo Trabajo en equipo
Competencias técnicas
Educación: Título tercer nivel

Experiencia: 1 año como asesor en cargos o puestos similares
Capacitación mínima requerida
Cursos generales: Word Excel Financiero Power Point Project
Cursos especialización:
Ética y comportamiento humano Calidad en atención al cliente
Entrenamiento en el puesto
De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la asesoría
Conocimiento de Idiomas
Requiere de Inglés intermedio
Ambiente de trabajo
Oficina compartida y acondicionada
<b>ESPECIFICACIONES</b>
Autoridad para tomar decisiones Organización de su trabajo diario
Tipo de superación recibida
Directa pero frecuente del gerente
Relaciones interpersonales Internas
Con todos los departamentos
Relaciones interpersonales Externas
SRI (Servicios de rentas internas) Instituciones Financieras Clientes
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
Captación de clientes

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### **3.10. Factibilidad legal**

Basado en los códigos legales de la Constitución de la República del Ecuador, específicamente en el código de trabajo, La Ley de Compañía y la Ley de Régimen Tributario Interno, amparado en las diferentes leyes de establecimientos tributarios, también es necesario cumplir con el régimen municipal, que están prestablecidos como el caso de: permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, prevención de incendios en el cuerpo de bomberos, registro único del contribuyente y facturación acorde con lo establecido por el servicio de rentas internas.

Tal como lo establecen los artículos 1, 4, 5, 16, 19, 26,31 de los códigos legales de la Constitución de la República del Ecuador. De la sesión 1 en sus disposiciones generales. Las mismas que permiten formar la empresa que se encuentra en el territorio nacional, establecerse según los requerimientos que la misma se proyecte y las especificaciones que deben cumplir los dueños como socios y acreedores de las mismas. Siendo necesario ampliar los aspectos legales que de acuerdo a las leyes y reglamentos son aplicados a la constitución de una empresa, las mismas que deben concretar la parte económica del personal laboral que en ella se desenvuelven.

Tal como lo establece el Código de Trabajo en sus artículos del 1 al 7, donde el derecho constitucional de la República del Ecuador ampara la irrenunciabilidad de los derechos del trabajador. En función de esos derechos del trabajador el título 1 sobre el contrato individual de trabajo se debe tener en cuenta el artículo 8 y os demás que amporen el bienestar del empleado en función de proteger los intereses de ambas partes como son: el empleador y el empleado.

### **3.11. Cuenta de integración**

Una vez aprobada la denominación de la compañía, se abre una cuenta de integración en un banco, como depósito en una cuenta especial de la parte del capital suscrito que se haya pagado en numerario. El valor mínimo para depositar es el 25 por ciento del capital total. El certificado bancario protocolizado se

adjunta a la escritura pública de la constitución. En caso de que se aporten bienes inmuebles, el evalúo y la transferencia de dominio de los mismos se anexa a la escritura de constitución, y una vez aprobada por la Superintendencia de Compañías, previo a la inscripción en el Registro Mercantil, deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad.

### **3.12. Escritura pública de la constitución**

Esta escritura debe contener:

- a) Lugar y fecha donde se celebre el contrato.
- b) Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- c) Objeto social.
- d) Denominación y duración.
- e) Importe del capital con el número de acciones en que se divida, clase, valor nominal, nombre y nacionalidad de los suscriptores, indicación de los que cada socio suscribe y paga en dinero o bienes el valor atribuido a estos y la parte del capital no pagado.
- f) Domicilio de la compañía.
- g) Forma de administración y facultades de los administradores.
- h) Forma y época de convocar a las Juntas Generales.
- i) Forma de designación de los administradores, y qué funcionarios tendrá la representación legal de la compañía.
- j) Normas de respeto de utilidades.
- k) Determinación de los casos para disolverse anticipadamente.
- l) Forma de proceder a la designación de liquidadores. Esta clase de compañía permite establecer un capital autorizado, cuyo valor es el doble del capital suscrito (art-136 de la ley de compañías).

### **3.13. Afiliación a una de las cámaras de la producción**

La afiliación depende del objeto social de la compañía y de las autorizaciones especiales que determine la ley (Cámaras de Comercio, Industrias, Pequeñas Industrias, Construcción, Minería, Agricultura).

### **3.14. Solicitud de aprobación en el GAD municipal**

Se anexa con la solicitud que de tener firma de abogado, cuatro copias de certificadas de la escritura de constitución, una copia del certificado de votación del abogado patrocinador, en la que se solicita se apruebe la constitución de la Compañía (art. -136 de la Ley de Compañía).

- a) Aprobación mediante resolución expedida.
- b) Protocolización de la resolución aprobatoria.
- c) Publicación en un diario de la localidad de extracto de la escritura.
- d) Inscripción en el Registro Mercantil.
- e) Designación de los administradores de la compañía por la Junta General que se reunirá inmediatamente.
  
- f) Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos de los administradores. Esta inscripción deberá ser dentro de 30 días posteriores a su designación y la fecha de inscripción será la del inicio de sus funciones.
  
- g) Obtención del Registro de Sociedades de la compañía en la Superintendencia de Compañías, anexando copia de la escritura de constitución en el registro mercantil, Original del nombramiento.
- h) Del representante legal, original de la publicación del extracto, y formulario 01 conteniendo todos los datos de la compañía.
  
- i) Obtención del RUC en el Servicio de Rentas, anexando original de registro de sociedades, copia de cualquier planilla en la que aparezca la dirección donde

funcionará la compañía, copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal; copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del presente legal y carta de autorización de la persona que va a realizar el trámite.

#### ***3.14.1. Certificación de nombre***

Verificar en la Superintendencia de Compañía si nuestra razón social ya está siendo utilizada; en caso de no ser así entonces establecerla.

#### ***3.14.2. Requisitos para personas jurídicas***

- ✓ Copia de Acta de Constitución inscrita en el registro mercantil y debidamente notariada.
- ✓ Copia de Constitución con resolución de aprobación de los organismos pertinentes.
- ✓ Copia de acta de designación de representante legal inscripto en el registro mercantil y copia de cédula.

#### ***3.14.3. Emisión del registro único de contribuyente (RUC)***

El Registro Único de contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos.

- ✓ Copia de cédula de identidad
- ✓ Acercarse a las oficinas SRI
- ✓ Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono.
- ✓ Tipo de negocio o actividad a la que se dedica
- ✓ Firma y retira el RUC.

Este trámite no tiene ningún costo monetario.

#### ***3.14.4. Solicitud de matrícula de comercio (de acuerdo al juzgado)***

Demanda dirigida al Juez de lo Civil, solicitando se faculte el interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio con determinadas especificaciones. Sede debe presentar por cuadruplicados la siguiente documentación:

- a) Demanda firmada por comerciantes y abogado patrocinador.
- b) Comprobante de pago de tasa respectiva en la entidad bancaria (corresponde al 1% de la cuantía del capital).

#### ***3.14.5. Pago de tasa de matrícula de comercio***

1. Certificación de documentos.
2. Inscripción en el Registro Mercantil.
3. Certificado de seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
4. Obtención de la Patente de Comercio.
5. Permiso de funcionamiento o tasa de habitación (una vez realizada la inspección).

#### ***3.14.6. Permisos***

Todo negocio sin importar su finalidad debe cumplir con lo que dispone la ley en los ámbitos legales, tributarios, sanitarios etc., para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Entre estos puntos se procede a desglosar los parámetros a cumplirse para su funcionamiento.

- ✓ Permiso del municipio.
- ✓ Permiso de bomberos.
- ✓ Certificados sanitarios.
- ✓ Elaboración de Facturas.
- ✓ Patentes.
- ✓ Afiliación a Cámaras.

### **3.15. Permisos de funcionamiento municipales**

Este permiso o documento se obtiene en el municipio en este caso en el cantón La Maná, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ Formulario de declaración para obtener patente.

### **3.16. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos**

Es un documento que da la mencionada entidad del Estado una vez que el personal del cuerpo de bomberos haya inspeccionado el local en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medio para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente

- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ Formulario de declaración para obtener patente.
- ✓ Pago de tasa o permiso. De acuerdo a la actividad económica.

### **3.17. Permiso de la dirección de higiene municipal**

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, sobre todo al tratarse de una empresa que provee a sus clientes servicios.

- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal.
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ El carnet de salud ocupacional por cada uno de los empleados.

### **3.18. Permisos de funcionamiento ministerio de salud pública**

Este documento se obtiene en la Dirección Provincial de salud de Guayas previamente cumplidos los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación.

- ✓ Permiso de la dirección de Higiene Municipal.
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento de Representante Legal.
- ✓ Planilla de luz
- ✓ El carnet de salud de cada uno de los empleados con lo que después se puede obtener el respectivo registro sanitario.

### **3.19. Factibilidad presupuestada**

La creación de la asesoría hace necesario incurrir en gastos y costos, como compra de activos proyección de ingresos entre otros, rubros que serán y estarán debidamente cotizados para conocer exactamente a cuánto asciende la inversión del proyecto, información presupuestaria que servirá para proyectar los estados financieros propuestos en este capítulo.

#### ***3.19.1. Factibilidad técnica***

La asesoría cuanta con 100 metros cuadrados, los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

La oficina de la gerencia cuanta con 10 metros cuadrados.

El área de asesoría tiene 15 metros cuadrados.

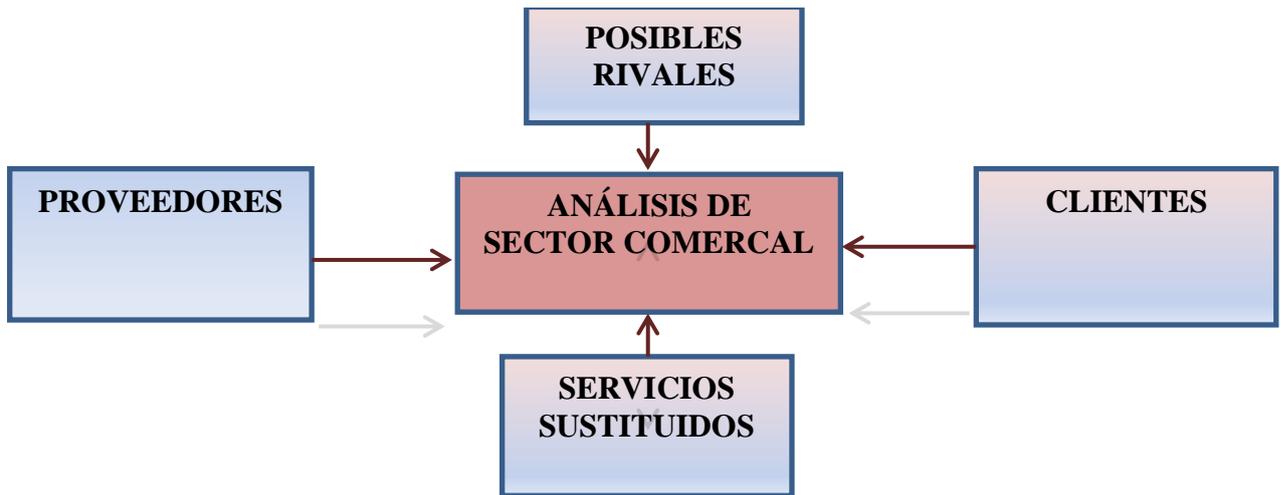
El área de espera cuenta con 10 metros cuadrados.

La sala de capacitación 48 metros cuadrados.

Las baterías sanitarias y áreas de limpieza con 12 metros cuadrados.

### 3.20. Descripción de la propuesta

FIGURA 2. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER



Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 17. BARRERAS DE ENTRADA

BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1. FUENTE DE INVERSIÓN INICIAL		X	
2. ECONOMÍAS DE ESCALAS	X		
3. CREDIBILIDAD		X	
4. PERMISOS MUNICIPALES Y LEGALES	X		
	2	2	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	50%	50%	0%

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

Después de haber determinado las barreras de entrada se obtuvo un nivel entre bajo y medio (50%), de existencia, las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial.

### CUADRO 18. PRODUCTOS SUSTITUIDOS

PRODUCTOS SUSTITUIDOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. PROPENCIÓN A CAMBIAR	X		
3. RECURSO HUMANO PAGADO POR EL GOBIERNO			X
4. ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	2	1
<b>AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES</b>	<b>25%</b>	<b>50%</b>	<b>25%</b>

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

La amenaza de sustitución del servicio (50%) es de nivel medio por la aparición de inversionistas que se dedican a brindar esta clase de servicios, lo cual no representa mayor preocupación pues se conoce el mercado y sus finanzas.

## CUADRO 19. DETERMINACIÓN DE LA RIVALIDAD

DETERMINACIÓN DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE		X	
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES		X	
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO		X	
	0	3	1
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	0%	75%	25%

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

En lo concerniente al servicio de asesoría existe un nivel bajo (75 %), por la presencia de la rivalidad, sin embargo, no se debe descuidar la competencia y visualizar como enfrentarla.

## CUADRO 20. PODER DE LOS COMPRADORES

PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. SERVICIOS IGUALES		X	
2. IMAGEN CORPORATIVA			X
3. EFICACIA EN EL SERVICIO			X
4. PRECIOS ACCESIBLES			X
	0	1	3
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	0%	25%	75%

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

En el momento de adquirir el servicio el poder de compra lo tienen los empresarios debido a la no existencia de esta empresa en el contexto, sin embargo el propietario de este negocio deberá seguir trabajando e investigando para añadirle un valor agregado al servicio, teniendo una respetable participación del mercado.

## CUADRO 21. NEGOCIACIONES CON LOS PROVEEDORES

NEGOCIACIONES CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRESENCIA DE NUEVOS SERVICIOS		X	
2. IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR	X		
3. OTROS MERCADOS COMPETITIVOS	X		
4. COMPROMISO CON GRANES EMPRESAS	X		
	3	1	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	75%	25%	0%

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

Para la capacitación constante sobre el servicio se debe determinar de dos a tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles, el motivo es que no existen muchos proveedores, así se logra tener cierto grado de ventaja ante la competencia.

**CUADRO 22. NIVEL DE ATRACTIVIDAD**

<b>RESUMEN DEL ANÁLISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD</b>						
	<b>ACTUAL</b>			<b>FUTURO</b>		
<b>MAGNITUD DE LA EMPRESA</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
BARRERAS DE ENTRADA	2	2	0	x		
PRODUCTOS SUSTITUIDOS	1	2	1			x
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	0	3	1		x	
PODER DE LOS COMPRADORES	0	1	3			X
NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES	3	1	0	x		
EVALUACIÓN GENERAL	6	9	5			

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

La existencia de asesorías tiene un alto índice de crecimiento debido a la gran demanda de organizaciones en este mercado competitivo del cantón La Maná, por ello la empresa debe optimizar su servicio y marcar la diferencia entre la competencia y así lograr una buena participación en este mercado.

### CUADRO 23. ANÁLISIS FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Talento humano calificado	Empresa nueva en el mercado
Herramientas audio visuales de alta calidad	Carencia de local propio
Adecuada ubicación geográfica	No contamos con políticas internas definidas
Sistemas informáticos de alta tecnología	La asesoría no cuenta con personal de seguridad
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Inestabilidad política del país en lo referente a las leyes tributarias	Creación de otros centros privados
Crecimiento acelerado de clientes	Cercanía a la ciudad de Quevedo donde se encuentra un mercado amplio de asesorías
Programas gratuitos de capacitación	Servicio de rentas internas, capacite directamente a los micro empresarios
Desconocimiento de obligaciones tributarias de los clientes	Etapas invernales

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 24. MATRIZ FODA**

<p><b>“Creación de una Asesoría Contable y tributaria en el catón La Maná.”</b></p>	<p><b>FORTALEZA</b></p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p>
	<p>Talento humano calificado</p>	<p>Empresa nueva en el catón</p>
	<p>Herramientas audiovisuales de alta calidad</p>	<p>Carencia de local propia</p>
	<p>Adecuada ubicación geográfica</p>	<p>No se cuenta con políticas internas definidas</p>
	<p>Sistemas informáticos de alta tecnología</p>	<p>La asesoría no cuenta con personal de seguridad</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<p><b>FO</b></p>	<p><b>DO</b></p>
<p>Inestabilidad política del país, en lo referente a las leyes tributarias</p>	<p>Estar en constante actualización de los cambios de las políticas de gobierno, de esta forma manejar información veraz, tanto para bien de la asesoría como para las actividades de capacitación, de esta forma se anticipa ante la competencia y poder brindar una información veraz en materia contable tributaria</p>	<p>Estudiar diferentes ofertas que ofrece el sector bancario sobre la creación de un financiamiento para de esta manera poder cubrir las necesidades de esta nueva alternativa empresarial</p>
<p>Crecimiento acelerado de clientes</p>		
<p>Programas gratuitos de capacitación</p>	<p>Establecer buenas relaciones con proveedores de sistemas informáticos para la adquisición de herramientas de alta calidad, optimizando así los diferentes procesos empleados en la asesoría, así como brindar una adecuada capacitación a los microempresarios que soliciten ilustrarse en términos contables y tributarios</p>	<p>Los medios publicitarios deben ser aplicados de forma estratégica para dar a conocer esta nueva organización de asesoría contable y tributaria, de esta manera se pretenderá llegar al cliente de una forma más efectiva</p>
<p>Desconocimiento de obligaciones tributarias de los clientes</p>		

AMENAZAS	FA	DA
Creación de otros centros privados	Brindar un servicio personalizado con el fin de captar la atención del cliente, ofreciendo precios accesibles y una adecuada información, que le permita a los gestores entender la importancia de ejercer su actividad comercial bajo los parámetros legales establecidos por el ejecutivo	Ofrecer como valor agregado una capacitación extra en lo relacionado a la atención al cliente como control interno, con el fin de fidelizar el cliente
Cercanía de la ciudad de Quevedo, donde se encuentra un mercado amplio de asesoría		
Servicio de rentas internas capacite directamente a los microempresarios	Aplicar adecuados procedimientos de selección y reclutamiento del personal para las futuras vacantes dentro de la empresa con el fin de contar con el mejor talento humano	Con el personal comprometido con el trabajo realizar convenios para abaratar los costos y poder compartir con las grandes empresas asesoras del contexto
Etapas invernales		

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### 3.21. Actividades

- ✓ Buscar información de la oficina de asesoría.
- ✓ Realzar el contrato de arrendamiento.
- ✓ Adecuaciones del local. (instalaciones eléctricas, pintado etc.)
- ✓ Análisis sobre medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer a la oficina.
- ✓ Proceso de reclutamiento y selección del personal.
- ✓ Reunión con el talento humano seleccionado, para explicarle cómo funcionará la empresa acorde a sus cargos.
- ✓ Trámite y gestión de crédito.

- ✓ Se realiza los contactos con los proveedores.
- ✓ Compra de materia prima, equipos materiales e insumos.
- ✓ Se realiza la inauguración de la oficina.
- ✓ Se contabilizan los movimientos económicos.
- ✓ Se presentan los resultados obtenidos.

### **3.22. Marketing Mix**

La asesoría presentará como componentes de Marketing Mix los siguientes:

### **3.23. Producto/ servicio**

La política o servicio constituye el punto de partida de la estrategia comercial. En la empresa los servicios de asesorías tributarias, y contables que se ofrecen a este segmento de mercado de manera eficaz y oportuna ayudarán a satisfacer las necesidades de los clientes.

Ante el vertiginoso cambio que se ha dado en la actualidad sobre los controles contables y tributarios, se cuenta con personas que exigen un servicio de calidad, para lo cual la asesoría pondrá, a disposición de los siguientes, servicios de asesoría.

Entre los servicios que brinda la empresa se encuentran:

- ✓ Asesoramiento integral de como iniciar una empresa.
- ✓ Obtención de los requisitos para el funcionamiento de una empresa, pyme o microempresa.
- ✓ Capacitaciones.

Y entre las asesorías que la empresa ofrece se encuentran:

- ✓ Asesoría tributaria
- ✓ Asesoría contable
- ✓ Asesoría financiera

### **3.24 Asesoría tributaria**

Los ayudamos a minimizar los impuestos, obligaciones fiscales dentro de las normas permitidas por la ley. Asesorándolo en el uso y manejo de comprobantes exigidos por el IRS para realizar las declaraciones de los diferentes impuestos.

Algunos de nuestros servicios tributarios son:

- ✓ Obtención, actualización y cierre de RUC
- ✓ Liquidación de impuestos mensuales
- ✓ Elaboración de los formularios para la declaración ante el SRI
- ✓ Obtención de autorización para la emisión de facturas.

#### **3.24.1. Asesoría contable**

Se Imparten conocimientos a través de la asesoría sobre contabilidad básica, intermedia y de costo; brindando soluciones ágiles, objetivas y oportunas en la elaboración de registros contables. Algunos de nuestros servicios contables son:

- ✓ Contabilidad
- ✓ Financiera

#### **3.24.2. Asesoría financiera**

Se realiza un análisis financiero integral impartiendo conocimientos para dirigir y controlar el sistema de presupuesto y de contabilización de actividades económicas financieras del micro empresa y mediana empresa, además de velar por la entrega oportuna de los estados financieros. Algunos de los servicios financieros son:

- ✓ Asesoría en la elaboración de los estados financieros.
- ✓ Elaboración de los estados financieros.
- ✓ Análisis de los estados financieros.
- ✓ Determinación de la mejor alternativa de investigación.
- ✓ Asesoría para la obtención de un microcrédito.

### **3.24.3. Precio**

El precio no tiene relación con ninguno de los costos asociados al producto al que se le fije, sino que debe tener su origen en la cuantificación de los beneficios que el producto significa para el mercado, y lo que este esté dispuesto a pagar, por ese beneficio. Toda empresa debe considerar en poner un precio inicial cuando se desarrolla un nuevo producto o se ofrece un nuevo servicio sin perjuicio de lo anterior, para la fijación de los precios se debe tomar en cuenta los precios de la competencia, y los requerimientos de la empresa. Adicionalmente, y como motivo de evaluación de la convivencia del negocio se comparan los precios con los precios con los costos unitarios - incluyendo en ellos los de producción, operación, logística y cualquier otro atingente.

### **3.25 Selección el objetivo de fijación de precios.**

La empresa decide donde quiere posicionar su oferta de mercado. Cuanto más claros sean los objetivos de la empresa, más fácil será fijar el precio. Una empresa puede considerar cinco objetivos principales al fijar su precio.

- ✓ Supervivencia
- ✓ Participación máxima del mercado
- ✓ Utilidades actuales
- ✓ Liderazgo en calidad de productos

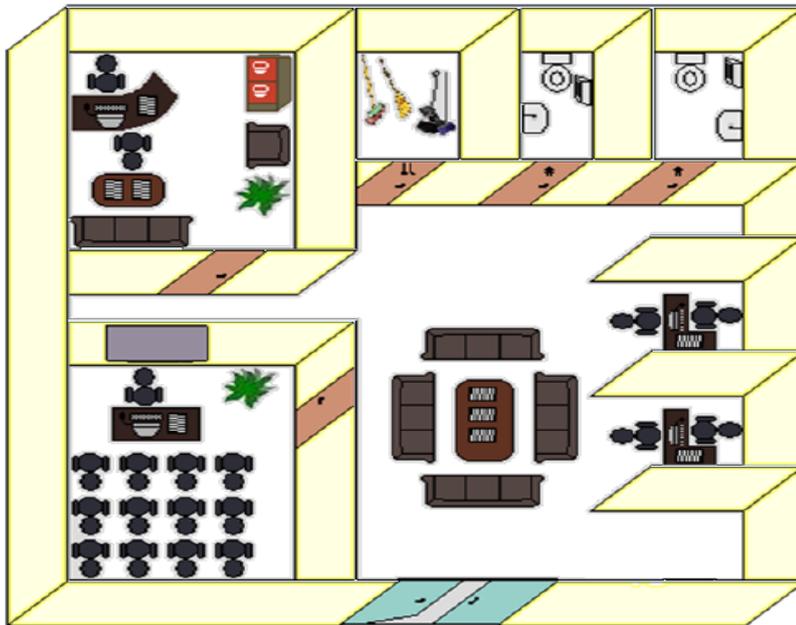
Los precios de los servicios de asesoría están tomados en base a la competencia, a la capacidad económica del microempresario y al tipo de asesoría y servicio que requiera.

### **3.25.1. Plaza**

Es un componente del Marketing Mix de trascendental importancia ya que se define la ubicación de la empresa en un lugar físico, para llevar a cabo sus actividades y ofrecer sus servicios, facilitando su acceso al consumidor.

La Asesoría contable-tributaria está situada en el cantón La Maná, la misma que abarca a todos los microempresarios que tengan problema dentro de su actividad comercial, así un posicionamiento respetable en este mercado.

**FIGURA 3. ESTRUCTURA FÍSICA**



Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### 3.26 Mezcla de la comunicación

Los medios de comunicación que se utilizan para que el mercado se entere de la existencia del producto o servicio son:

- ✓ Publicidad
- ✓ Relaciones públicas
- ✓ Merchandising

También está la gestión de oferta del producto o servicio por teléfono, los anuncios publicitarios, internet u otros medios similares.

### **3.26.1 Publicidad.**

La publicidad se realiza por medio de la contratación de espacios comerciales como radio, periódicos, tarjetas de presentación dípticos, ofreciendo el servicio a clientes potenciales a través de estos medios de información.

### **3.26.2. Radio.**

A través de emisoras locales se anunciarán servicios tales como:

Radio Bonita los días martes, jueves y sábados en el horario de 7:00am.

Estéreo La Maná Sonido X: los días lunes miércoles y viernes en el horario de 12:00 pm ambas emisoras se afectarán en diferentes meses del año.

De tal manera se logrará que quienes gusten de escuchar las noticias se informen sobre nuestra empresa de asesoría Contable y Tributaria.

### **3.26.3. Tarjetas de Presentación.**

Por medio de esta forma de publicidad, como son las tarjetas de presentación, se espera captar la atención de la microempresa para que tengan presente, para cualquier servicio que requiera.

La impresión de estas tarjetas será distribuida a todos los microempresarios del catón La Maná.

### **3.26.4. Periódicos.**

Mediante este medio de comunicación se espera dar a conocer a todo el cantón, ya que periódicos como “La Gaceta “tiene gran acogida en La Maná y sus alrededores.

### **3.26.5. Merchandising**

“Es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos y/o servicios a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento.

Se utilizan afiches con logos y slogan de la empresa que serán exhibidos en las paredes de la sala de espera. De igual manera se obsequiará a nuestros clientes artículos tales como: calendarios, bolígrafos y llaveros.

## **3.27 Mercado directo.**

### **3.27.1. Hojas volantes:**

Para dar a conocer más rápido la existencia de la empresa, se repartirá hojas volantes con la finalidad de captar mayor cantidad de clientes microempresarios.

### **3.27.2. Dúpticos.**

Los clientes que visiten nuestras instalaciones se les entregan dúpticos con el propósito de captar su interés e iniciativa a utilizar nuestros servicios.

### **3.27.3. Relaciones públicas.**

Tomando en cuenta la ciudadanía no conoce de la existencia de nuestra empresa en el mercado, se podrá a nuestro selecto recurso humano a disposición del público los mismos que ofrecerán charlas gratuitas de los diferentes servicios y asesorías en la cual se contestan dudas e inquietudes de los presentes.

### **3.27.4. Promoción.**

Es la estrategia que da a conocer una serie de incentivos con el fin de provocar ventas inmediatas, la misma que deberá ser innovadora y agresiva de tal manera que neutralice y de ser posible supere a la de los competidores

El mercado actual cada vez más competitivo; exige de nuestra gran capacidad de creatividad y habilidad para proporcionar nuestros servicios.

La empresa utilizará la siguiente promoción:

### **3.28. Promoción externa**

#### ***3.28.1 Tipo exhibidor***

Se ubica un stand una vez por mes durante un semestre la cual será ubicada en lugares estratégicos y se ofrece descuentos por contratos de servicios.

#### ***3.28.2. Programa de premios por puntos.***

Se otorga una ficha con un puntaje determinado de acuerdo al servicio recibido, dichos puntos se acumularán y al final de año se otorgaran regalos adecuado a la escala de premios. Además si vuelve a repetir esta cantidad de puntos en el mismo año se le premia con quince días de vacaciones.

#### **3.28.3. Premios por Capacitación.**

Se otorgan premios de incentivos a los clientes microempresarios que consigan nuevos potenciales, también se le informa a los clientes que ayuden a incrementar la cartera de clientes, se les sortearán viajes de placer.

### 3.29 Recursos Análisis Financiero.

#### CUADRO 25. ACTIVO FIJO

<b>EMPRESA DE ASESORÍA</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
4	ESCRITORIOS	450.00	1.800.0
4	SILLAS DE ESCRITORIO	45.00	180.00
10	MESAS	60.00	600.00
20	SILLAS PARA LAS CAPACITACIONES	25.00	500.00
4	ARCHIVADORES	150.00	600.00
	<b>TOTAL DE MUEBLES DE OFICINA</b>		<b>3.680.00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
4	COMPUTADORAS	900.00	3.600.00
1	PROYECTORES	800.00	800.00
1	IMPRESORA + SCANNER	160.00	160.00
	<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		<b>4.560.00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
2	TELÉFONO CON LÍNEA	150.00	300.00
2	AIRE ACONDICIONADO	800.00	1.600.00
	<b>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>1.900.00</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$10.140.00</b>

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

## CUADRO 26. DESCRIPCIÓN DEL ACTIVO FIJO

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCIÓN	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP	DEP MENSUAL	DEP ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	3.680.00	10%	30.67	368.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.560.00	33%	125.40	1.504.80
EQUIPOS DE OFICINA	1.900.00	10%	15.83	190.00
<b>TOTAL</b>	<b>10.140.00</b>		<b>171.90</b>	<b>2.062.80</b>

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 27. NÓMINA AÑO 1**

<b>NÓMINA AÑO 1</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>BÁSICO</b>	<b>XIII</b>	<b>XIV</b>	<b>VAC.</b>	<b>APORTES IESS-SLOGA</b>	<b>FDO.RESE V.</b>	<b>REMUN</b>	<b>R-ANUAL</b>
GERENTE GENERAL	600.00	50.00	22.00	25.00	74.10		622.90	7.474.80
ASESOR-CAPACITADOR 1	450.00	37.50	22.00	18.75	55.58		472.68	5.672.10
ASESOR-CAPACITADOR 2	450.00	37.50	22.00	18.75	55.58		472.68	5.672.10
CAPACITADOR INTEGRAL	450.00	37.50	22.00	18.75	55.58		472.68	5.672.10
Auxiliar de servicios	320.00	26.67	22.00	13.33	39.05		342.48	5.672.10
<b>TOTAL</b>	<b>2.270.00</b>						<b>2.383.41</b>	<b>28.600.86</b>

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

## CUADRO 28. NÓMINA AÑO 2

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BÁSICO	13RO	14TO	VAC.	APORTES IESS- SLOGA	FDO.RESE V.	REM	R- ANUAL
GERENTE GENERAL	624.00	52.00	22.00	26.00	77.06	51.98	698.92	8.386.98
ASESOR- CAPACITADOR 1	468.00	39.00	22.00	19.50	57.80	38.98	529.69	6.356.24
ASESOR- CAPACITADOR 2	468.00	39.00	22.00	19.50	57.80	38.98	529.69	6.356.24
CAPACITADOR INTEGRAL	468.00	39.00	22.00	19.50	57.80	38.98	529.69	6.356.24
Auxiliar de servicios	332.00	27.73	22.00	13.87	41.10	27.72	383.02	4.596.26
<b>TOTAL</b>	<b>2.360.80</b>						<b>2.671.00</b>	<b>32.051.95</b>

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 29. NÓMINA AÑO 3

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BÁSICO	13RO	14TO	VAC.	APORTES IESS- SLOGA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	648.96	54.08	22.00	27.04	80.15	54.06	725.99	8.711.90
ASESOR- CAPACITADOR 1	486.72	40.56	22.00	20.28	60.11	40.54	549.99	6.599.93
ASESOR- CAPACITADOR 2	486.72	40.56	22.00	20.28	60.11	60.11	549.99	6.599.93
CAPACITADOR INTEGRAL	486.72	40.56	22.00	20.28	60.11	60.11	549.99	6.599.93
Auxiliar de servicios	346.11	28.84	22.00	14.42	42.74	28.83	397.46	4.769.55
<b>TOTAL</b>	<b>2.455.23</b>						<b>2.773.44</b>	<b>33.281.23</b>

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 30. NÓMINA AÑO 4

NÓMINA AÑO 4								
PERSONAL	BÁSICO	13RO	14TO	VAC.	APORTES IESS- SLOGA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	674.92	56.24	22.00	28.12	83.35	56.22	754.15	9.049.82
ASESOR- CAPACITADOR 1	506.19	42.18	22.00	21.09	62.51	42.17	571.11	6.859.36
ASESOR- CAPACITADOR 2	506.19	42.18	22.00	21.09	62.51	42.17	571.11	6.859.36
CAPACITADOR INTEGRAL	506.19	42.18	22.00	21.09	62.51	42.17	571.11	6.859.36
Auxiliar de servicios	359.96	30.00	22.00	15.00	44.45	29.98	412.48	4.949.77
<b>TOTAL</b>	<b>2.553.44</b>						<b>2.879.97</b>	<b>34.559.68</b>

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 31. NÓMINA AÑO 5

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BÁSICO	13RO	14TO	VAC.	APORTES IESS- SLOGA	FDO.RESE V.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	701.92	58.49	22.00	29.25	86.69	58.47	783.44	9.401.25
ASESOR- CAPACITADOR 1	526.44	43.87	22.00	21.93	65.61	43.85	593.08	7.116.94
ASESOR- CAPACITADOR 2	526.44	43.87	22.00	21.93	65.61	43.85	593.08	7.116.94
CAPACITADOR INTEGRAL	526.44	43.87	22.00	21.93	65.61	43.85	593.08	7.116.94
Auxiliar de servicios	374.35	31.20	22.00	15.60	46.23	31.18	428.10	5.137.20
<b>TOTAL</b>	<b>2.655.58</b>						<b>2.990.77</b>	<b>35.889.26</b>

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 32. GASTOS ADMINISTRATIVOS

<b>DETALLES DE GASTOS</b>							
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1	GERENTE GENERAL	622.90	7.474.80	8.386.98	8.711.90	9.049.82	9.401.25
1	ASESOR-CAPACITADOR 1	472.68	5.672.10	6.356.24	6.599.93	6.853.36	7.116.94
1	ASESOR-CAPACITADOR 2	472.68	5.672.10	6.356.24	6.599.93	6.853.36	7.116.94
1	CAPACITADOR INTEGRAL	472.68	5.672.10	6.356.24	6.599.93	6.853.36	7.116.94
1	Auxiliar de servicios	342.48	4.109.76	4.596.26	4.769.55	4.994.77	5.137.20
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINSTRATIVOS</b>		<b>2383.41</b>	<b>28.600.86</b>	<b>33.281.23</b>	<b>33.281.23</b>	<b>34.559.68</b>	<b>35.889.26</b>

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 33. GASTOS GENERALES

<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
AGUA	8.00	96.00	99.84	103.83	107.99	112.31
ENERGÍA ELÉCTRICA	60.00	610.00	634.40	659.78	666.17	713.61
TELÉFONO	50.00	600.00	624.40	648.96	674.92	701.92
SERVICIO DE INTERNET	40.00	480.00	499.20	519.17	539.93	561.53
ARRIENDO	250.00	3.000.00	3.120.00	3.244.80	3.374.46	3.509.58
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200.00	200.00	80.20	83.20	86.53	89.99
SUMINISTROS	180.00	300.00	312.00	324.48	337.46	350.96
DEP. MUEBLES Y ENSERES	30.67	368.00	368.0	368.00	388.00	388.00
DEP. DE EQUIPOS DE COMPUTO	125.40	1.504.80	1.504.80	1.508.80		
DEP. DE EQUIPOS DE OFICINA	15.83	190.00	190.00	190.00	190.00	190.00
<b>TOTAL DE GASTOS GENERALES</b>	<b>959.90</b>	<b>7.384.80</b>	<b>7.432.24</b>	<b>7.647.02</b>	<b>6.365.59</b>	<b>6.597.89</b>

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 34. COSTOS INDIRECTOS

<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>3.343.31</b>	<b>3.949.66</b>	<b>39.484.19</b>	<b>40.928.25</b>	<b>40.25.26</b>	<b>42.487.15</b>
-----------------------------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	-----------------	------------------

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 35. COSTOS DE VENTAS

COSTO DE VENTAS										
CANT	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
1	Radio	30.00	30.00		60.0	360.00	374.40	399.98	404.95	421.15
2	Vallas Publicitarias	500.00	1.000.00			2000.00	2.080.00	2.163.20	2249.73	2339.72
1	Diario	60.00	60.00	60.0	60.00	660.00	688.40	713.86	742.41	772.11
1	Volantes	15.00	15.00		15.00	60.0	62.40	64.90	67.49	70.19
100	Dípticos	0.50	50.00		5.00	190.00	197.60	205.50	213.72	222.27
100	Tarjetas de Presentación	0.20	20.00		10.00	60.00	62.40	64.90	67.49	70.19
<b>TOTAL</b>			<b>1175.00</b>	<b>60.0</b>	<b>150.00</b>	<b>3330.00</b>	<b>3463.20</b>	<b>3601.73</b>	<b>3754.80</b>	<b>3895.63</b>

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 36. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>								
<b>Ingreso por Ventas</b>	<b>valor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Enero</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Asesoramiento para el desarrollo micro empresarial	600.00	3	1.800.00	21.600.00	22.680.00	23.814.00	25.004.00	26.254.94
Obtención de los requisitos para el funcionamiento de la microempresa	100.00	2	200.00	2.400.00	2.520.00	2.646.00	2.778.30	2.917.22
Contabilidad administrativa	30.00	3	90.00	1.080.00	1.134.00	1.190.701	1.250.24	1.312.15
Obtención, actualización y cierre de ruc	50.00	3	150.00	1.800.00	1.890.00	1.984.50	2.083.73	2.187.91
Liquidación de impuestos mensuales	30.00	6	180.0	2.160.00	2.268.00	2.381.40	2.500.47	2.625.49
Elaboración de los formularios para la declaración ante el SRI	50.00	6	300.0	3.600.0	3.780.00	3.969.00	4.167.45	4.375.82
Obtención de autorización para la emisión de facturas	50.00	4	200.00	2.400.00	2.520.00	2.646.00	2.778.30	2.917.22
Asesoría en la elaboración de los estados financieros	50.00	2	100.00	1.200.00	1.260.00	1.323.00	1.389.15	1.458.61
Elaboración de los estados financieros	150.00	2	300.00	3.600.00	3.780.00	3.969.00	4.167.45	4.375.82
Análisis de los estados financieros	100.00	2	200.00	2.400.00	2.520.00	2.646.00	2.778.30	2.917.22
Determinación de la mejor alternativa de inversión	250.00	2	500.00	6.000.00	6.300.00	6.615.00	6.945.75	7.293.44
Asesoría para la obtención de un micro crédito	20.00	2	40.00	480.00	504.00	529.20	555.66	583.44
<b>Total de ingresos</b>			<b>4.060.00</b>	<b>48.720.00</b>	<b>51.156.00</b>	<b>53.713.80</b>	<b>56.399.49</b>	<b>59.219.46</b>

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 37. INVERSIÓN DEL PROYECTO

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	3.680.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.560.00
EQUIPO DE OFICINA	1.900.00
CAJA BANCOS	2.000.00
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>12.140.00</b>

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 38. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSIÓN FINAL	12.140.00	
Financiado	80%	9.712.00
Aporte propio	20%	2.428.00
		12.140.00

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 39. TASA ANUAL DE INTERÉS

TASA		
Tasa anual de interés	14%	0.14

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### CUADRO 40. AMORTIZACIÓN

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
Capital (k)	9712.00			
Interés anual (i-a)	16	%	0.02	
Interés mensual (i)	0.001		0.17	
Plazo de préstamo en años	1			
Números de pagos al año	12			
Números de total de pagos	12			
<b>Tasa fija</b>	<b>881.18</b>			<b>SALDO</b>
<b># Pagos</b>	<b>ABONO K</b>	<b>ABONO i</b>	<b>dividendos</b>	<b>CAPITAL</b>
0				9.712.00
1	751.68	129.49	881.18	8.960.32
2	761.71	119.47	881.18	8.198.61
3	771.86	109.31	881.18	7.426.74
4	782.15	99.02	881.18	6.644.59
5	792.58	88.59	881.18	5.852.01
6	803.15	78.03	881.18	5.048.85
7	813.15	67.32	881.18	4.234.99
8	824.71	56.47	881.18	3.410.28
9	835.71	45.47	881.18	2.574.58
10	846.85	34.33	881.18	1.727.73
11	858.14	23.04	881.18	869.58
12	8.69.58	11.59	881.18	0.00

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 41. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS**

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS							
		AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
	Ventas	48.720.00	51.156.00	53.713.80	56.399.49	59.219.46	269.208.75
-	Costo de ventas	3.330.00	3.463.20	3.601.73	3.745.80	3.895.63	18.036.35
	Utilidad bruta	45.390.00	47.692.80	50.112.07	52.653.69	55.323.84	251.172.40
	Costos indirectos	35.949.66	39.484.19	40.928.5	40.925.26	42.487.15	199.774.51
	Utilidad operacional	9.440.34	8.208.61	9.183.83	11.728.43	12.836.68	51.397.89
-	Gastos financieros	862.14	-	-	-	-	862.14
	Utilidad antes part.imp	8.578.20	8.208.61	9.183.83	11.728.43	12.836.68	50.535.75
	Participación empleados	1.286.73	1.231.29	1.137.57	1.759.26	1.925.50	7.580.36
	Utilidad antes de impuesto	7.291.47	6.977.32	7.8.6.25	9.969.16	10.911.18	42.955.39
	Impuesto de renta	1.604.12	1.535.01	1.717.38	2.193.22	2.400.46	9.450.19
	Utilidad neta	5.687.35	5.442.31	6.088.88	7.775.95	8.510.72	41.085.56

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

## CUADRO 42. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
Ingresos operativos							
Ventas	-	48.720.00	51.156.00	53.399.49	56.399.49	59.219.46	269.208.75
Total de ingresos operativos		48.720.00	51.156.00	53.399.49	56.399.49	59.219.46	269.208.75
Egresos operativos							
Inversión inicial	12.140.00	-	-	-	-	-	
Gastos de administrativos		28.600.86	32.051.95	33.281.23	34.559.68	35.889.26	164.382.98
Gastos generales		5.286.00	5.369.44	5.584.22	5.807.59	6.039.89	28.087.13
Costo directo		3.330.00	3.463.20	3.601.73	3.745.80	3.895.63	18.036.35
Pago particip. Empleados	-	-	1.286.73	1.231.29	1.337.57	1.759.26	1.925.50
Paga del impuesto a la renta	-	-	1.604.12	1.535.01	1.717.38	2.193.22	2.400.46
Total de egresos operativos	12.140.00	37.216.86	43.775.44	45.233.48	47.208.01	49777.26	214.832.43
Flujo operativo	-12.140.00	11.503.14	7.380.56	8.480.32	9.191.48	9.442.20	45.997.70
Ingresos no operativos	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo bancario	9.712.00	-	-	-	-	-	-
Total ing. No operativos	9.712.00	-	-	-	-	-	-
Egresos no operativos							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	9.712.00	-	-	-	-	9.712.00
PAGO DE INTERESES	-	862.14	-	-	-	-	862.14
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	10.574.14	-	-	-	-	10.574.14
FLUJO NETO NO OPERERAT	9.712.00	-10.574.14	-	-	-	-	-10.574.14
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-2.428.00</b>	<b>929.00</b>	<b>7.380.56</b>	<b>880.32</b>	<b>9.191.48</b>	<b>9.442.20</b>	<b>35.423.56</b>
SALDO INICIAL		2.000.00					
Flujo acumulado	-	2.929.00	10.309.56	18.789.88	27.981.36	37.423.56	

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

**CUADRO 43. BALANCE GENERAL**

<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Cuentas</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑOS</b>
Activo corriente						
Caja –bancos	2.000.00	2.929.00	10.309.56	18.789.88	27.981.36	37.423.56
Total de activo corriente	2.000.00	2.929.00	10.309.56	18.789.88	27.981.36	37.423.56
Activos fijos	10.140.00	10140.00	10140.00	10140.00	10140.00	10140.00
Depreciación Acumulada		2.062.80	4.125.60	6.188.40	6.746.40	7.304.40
Total de activo fijo	10.140.00	8.077.20	6.014.40	3.951.60	3.393.60	2.835.60
Total de activos	24.280.00	11.006.20	16.323.96	22.741.48	31.374.96	40.259.16
Pasivo						
Corriente						
Préstamo	9.712.00	0.00	-	-	-	-
Participación empleados por pagar		1.286.73	1.231.29	1.377.57	1.759.26	1.925.50
Impuesto a la renta por pagar		1.604.12	1.535.01	1.717.38	2.193.22	2.400.46
Total pasivo	9.712.00	2.890.85	2.766.30	3.094.95	3.952.48	4.325.96
Patrimonio						
Aporte capital	2.428.00	2.428.00	2.428.00	2.428.00	2.428.00	2.428.00
Utilidad del ejercicio		5.687.35	5.442.31	6.088.88	7.775.95	8.510.72
Utilidad años anteriores		-	5.687.35	11.129.66	17.218.53	24.994.48
Total patrimonio	2.428.00	8.115.35	13.557.66	19.646.53	27.422.48	35.933.20
Total pasivo y patrimonio	12.140.00	11.006.20	16.323.96	22.741.48	31.374.96	40.259.16

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

#### CUADRO 44. ÍNDICES FINANCIEROS

<b>ÍNDICES FINANCIEROS</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>INV.INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
Flujos operativos	-12.140.00	11.503.14	7.380.56	8.480.32	9.191.48	9.442.20

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

#### CUADRO 45. TASA DE DESCUENTO

Tasa de descuento	20 %
-------------------	------

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

#### CUADRO 46. TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
Sumatoria de flujos	45.997.70
Años	5
Inversión inicial	12.140.00
Tasa de rendimiento promedio	75.78 %

**Elaborado por:** Villafuerte Toala Ignacio Javier

## CUADRO 47. TASA INTERNA DE RETORNO

Suma de flujos descontados		27.846.16
Valor Actual Neto (VAN)	POSITIVO	15.706.16
Índice de rentabilidad	MAYOR A 1	1.77
Rendimiento real	MAYOR A 12	77.29
Tasa interna de retorno		75 %

Elaborado por: Villafuerte Toala Ignacio Javier

### 3.30. Impactos esperados

La implementación del centro de capacitación que se ofrece busca acaparar el mercado del cantón La Maná contribuyendo de forma directa a la sostenibilidad de los gestores de las empresas. A nivel laboral proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los lamanenses.

La optimización de las actividades de los gestores permitirá un posicionamiento respetable en el contexto. Luego del análisis de la relación costo beneficio se ven positivamente, con esto se asegura una inversión bien realizada.

#### 3.30.1. Lineamiento para evaluar la propuesta

Para poder establecer una excelente propuesta se estableció la utilización de una herramienta investigativa para la obtención de información veraz sobre el tema planteado, instrumento llamado encuesta, para saber de una forma directa que criterios tienen los microempresarios sobre este servicio, una vez obtenida esta información se procedió a establecer los respectivos análisis como el de Porter y Foda para conocer con mayor precisión el mercado y más de cerca a la competencia existente, para poder operar con mayor eficiencia y eficacia con el claro objetivo de posesionar este sector comercial del cantón La Maná.

## 4. CONCLUSIONES

- El Estudio de factibilidad permite determinar la ausencia de un centro de capacitación, la existencia de una demanda insatisfecha futura significativa, la viabilidad del proyecto, la cual beneficiara a muchas personas la capacitación para llevar una buena contabilidad en sus empresas.
- El Estudio de factibilidad facultó conocer los requerimientos manifestados por la población productiva del cantón La Mana para así establecer los requerimientos, precios, acordes a la capacidad de pago de los potenciales clientes, y además permitió determino los principales temas de capacitación, como tributación, NIIF, de esta forma la propuesta garantiza la viabilidad de la creación de una empresa.
- En el desarrollo del trabajo investigativo se obtuvo la respectiva colaboración del personal administrativo, al momento de solicitar información financiera y administrativa de la empresa.

## **5. RECOMENDACIONES**

- El Estudio de factibilidad se debe realizar en todos los proyectos de inversión puesto que provee información necesaria para conocer con exactitud las características del mercado y la viabilidad del negocio y de esta manera asegurar clientes potenciales que impulsen el poder competitivo de la empresa.
- El Estudio de factibilidad se recomienda efectuar para la implantación de nuevos negocios porque facilita conocer los requerimientos de los clientes, ya sea para llenar facturas, estar acorde de los requerimientos ya sea en contabilidad y auditoría los cuales se deben tomar en cuenta la capacitación que haya tomado y mejor la empresa que está administrando.
- Se sugiere al personal interesado a emprender el proyecto del centro de capacitación, hacer un estudio económico, evaluación financiera y económica del proyecto ya que generan valores relevantes y exactos acerca de la viabilidad de un trabajo investigativo lo que ayudará también en la toma de decisiones del proyecto.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Acevedo Pedro, *Autoevaluación de las Empresas*, editorial Norma, segunda edición, España 2008, ISBN 648-8432-6, p. 378.

Aguirre Antonio, *Economía, Instituciones Financieras y dinero*, edit. Texto c.a, edic. Primera 2010, Montalbán Caracas, ISBN 263-236-6785-4, p. 476.

Álvarez Alberto, *Métodos de Evaluación Financiera*, editorial Norma, tercera edición, España 2009, p. 352.

Andrade V. Rubén Darío, *Legislación Económica del Ecuador*, edición Séptima, editorial Abya-yala, Quito Ecuador 2009, ISBN 9967-42-078-9, p. 173.

Ardura Inma, *Marketing Estratégico para empresas de Servicios*, primera edición, editorial Días de Santos, España 2009, ISBN 614-6418-51-1, p. 395.

Arenas Dunia, *Análisis y Planeamiento*, primera edición, editorial Universo s.a, Lima Perú, 2008, ISBN 178-5428-59-3, p. 245.

Barrado Miguel, *De La Organización A La Gestión Previsional*, edición Segunda, editorial Técnicos asociados s.a, Barcelona 2009, ISBN 84-7146-150-1, p. 161.

Barró Alberto, *Administración de Mercadotecnia*, segunda edición, Thompson s.a, México 2012, ISBN 0-324-02203-4 p. 436.

Bautista Antonio, *Viabilidad Técnica y Comercial*, tercera edición, editorial AC editores, España 2009, ISBN 354-6871-58-6, p. 270.

Bompa Tudor O. *Teoría y Metodología del Entrenamiento*, editorial Hispano s.a, edición Primera, Barcelona España, 2012, ISBN 978-84-255-14654, p. 421.

Brigham Eugene, *Finanzas Corporativas*, segunda edición, Cengage Learning editores s.a 2010, México ISBN 0-324-28932-4, p. 641.

Brun T. Xavier, *Evaluación de Proyectos*, cuarta edición, editorial Graw Hill, España 2008, ISBN 365-4169-57-9 p. 300.

Burland Romain, *Valor Actual Neto*, segunda edición, Colombia 2009, ISBN 587-248-54687, p. 243.

Cajigas Elbar, *Estudios de Factibilidad*, primera edición, editorial Feriva S.A, Colombia 2008, ISBN 247-5872-441-9, p. 547.

Caldas Fernando, *Proyecto de Inversión para Pymes*, primera edición, editorial ECOE, Colombia 2008, ISBN 642-9842-58-6, P. 195.

Caracciolo Mercedes, *Caja de Herramientas Gerenciales*, primera edición, editorial Panorama S.A, México DF 2010, ISBN 968-38-1583-9, p. 208.

Carballo Veiga, *Control de la Gestión Empresarial*, séptima edición, Madrid 2008, ISBN 9788473565271, p, 381.

Cardozo Enzo, *Análisis de la Producción Agropecuaria*, segunda edición, Paraguay 2010, ISBN 2457-87421-68-9, p. 304.

Cardozo Jonh, *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación*, segunda edición, editorial Naciones Unidas, Santiago de Chile 2012, ISBN 92-1-322160-6, p. 178.

Carrion, C. A. (2009). <https://www.dspace.espol.edu.ec>. Revisado el 14 de enero de 2015, de <https://www.dspace.espol.edu.ec>: <https://www.dspace.espol.edu.ec> <http://nolycarrillo.jimdo.com/>. (Junio de 2014). Obtenido de <http://nolycarrillo.jimdo.com/>.

Castañeda Luis, *Las 25 Tareas Ineludibles del Director*, edición Lindavista, México 2010, ISBN 968-6701-73-7, p. 141.

Córdova Largo Alejandro, *El Reto De La Gestión Empresarial*, ediciones Deusto, Barcelona España 2009, ISBN 84-234-2256-9, p. 214.

Córdova Roberto, *Evaluación de Impacto Ambiental*, edición segunda, editorial AVN, Barcelona España, 2009, ISBN 9788484760849, p. 280.

Costa Sussana, *Planificación y Presupuesto Por Programas*, edición Primera, edit. Printed s.a. México 2009, ISBN 968-23-1708-8, p.248.

Czinkota Michael, *Administración de Mercadotecnia*, segunda edición, editorial Thompson s.a, México 2011, ISBN 0-324-02203-4, p. 600.

Dasí Fernando, *Comunicación Interna para Empresas con Futuro*, primera edición, Barcelona 2010, ISBN 978841575067-3, p. 154.

De La Fuente David, *Distribución en Planta*, editorial de la Universidad de Oviedo, 2008, ISBN 84-7468-990-2, p. 185.

Delgado José, *Estudio de factibilidad Económico Financiera en proyecto de inversión*, segunda edición, Buenos Aires 2011, ISBN 24-87459-254-2, p. 354.

Domínguez Roberto, *Servicios Públicos*, edición Primera, editorial Trilce, Uruguay 2010, ISBN 9974-32-259-6 p. 993.

Edvinsson Leif, *El Capital Intelectual*, edición gestión 2000 s.a, Barcelona España 2009 ISBN 84-8088-953-5, p. 235.

Escabo Barlin Ana, *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*, edición Universidad de Valencia, 2010, ISBN 84-370-6112-1 p. 237.

Estoner Arthur, *Administración*, edición Sexta, editorial Ingrams, México DF 2011, ISBN 13-108747-9, p. 690.

Facchin Gustavo, *Regulación Financiera*, edición Primera, editorial Texto c.a, Caracas Venezuela 2009, ISBN 980-244-365-4, p. 356.

Ferré José, *Caja de Herramientas Gerenciales*, primera edición, editorial Richard Irwin Inc, México D.F. 2013, ISBN 968-38-1583-9, p. 197.

Finnegan Bryan, *Manejo De Los Recursos Humanos*, Edición. Catie, Costa Rica, 2008, ISBN 36-489-7891-8, p. 123.

Ganzinelli Carlos, *Gestión De Proyectos*, edición. Tercera, editorial Deusto, Barcelona 2009, ISBN 84-234-2228-3, p. 184.

García Quezada Rous, *Distribución en Planta*, primera edición, Editorial Marcombo, Barcelona 2008, ISBN 84-267-0814-5, p. 284.

García Sánchez Eduardo, *La Gestión y Planificación*, edición Segunda, editorial Ino, Madrid España 2008, ISBN 84-87330-48-7, p. 333.

Gómez De Cádiz Javier Cassini, *Integración De La Empresa*, editorial Lex nova, edición Tercera, México 2008, ISBN 978-84-8406-869-3, p.369.

Gómez Domingo, *Guía para la Investigación Colaborativa y la Movilización Social*, primera edición, editorial Plaza y Valdez, México DF. 2009, ISBN 978-1-55250-419-2, p. 365.

Gómez Eliseo, *Comunicación y Negociación Comercial*, tercera edición, editorial dehon, Madrid 2008, p. 320.

Grisanty Fausto, *Mecanismo De Planificación Operativa*, edición Primera, editorial Ino s.a, España 2011, ISBN 84-87330-23-1, p. 241.

Grundman, J. 2002. Book. Google.com

Guerra Guillermo, *Manual de Administración de Empresas Agropecuarias*, segunda edición, editorial San José, Costa Rica 2010, ISBN 92-9039-181-2, p. 529.

Heras Antonio, *Empresa e Iniciativa Emprendedora*, edición Editex, Barcelona 2009, ISBN, 8497715217 p. 273.

Hernández Martin Miguel A, *La Intervención del Sector Publico en su Economía y su Actividad Empresarial*, edición Primera, editorial Artes gráficas s.a, Salamanca España 2011, ISBN 84-7481-513-4, p. 247.

Hernández Moisés, *Estudio de Factibilidad Económico Financiera*, edición primera, editorial Sancti, Madrid 2012, ISBN 547-85761-87, p. 354.

Iglesias Francisco, *Empresa Informativa*, segunda edición, editorial Ariel, España 2011, ISBN 84-344-1282-9, p. 341.

Imbaquing, M. (mayo de 2011). <http://www.dspace.ups.edu.ec/>. Recuperado el 14 de enero de 2015, de <http://www.dspace.ups.edu.ec/>:  
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4724>

Jiménez Luz, *Metodología del Marco Lógico para la Planificación, el seguimiento y la Evaluación de Proyectos y Programas*, primera edición, editorial CEPAL, Santiago de Chile 2009, ISBN 92-1-322719-1, p. 215.

Loring M. Jaime, *Administración y Control de Calidad*, editorial Norma, Bogotá 2009, ISBN 958-9277-8, p. 473.



**ANEXOS**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
***EXTENSIÓN LA MANÁ***

**Proyecto de Tesis:** “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación en el cantón la maná provincia de Cotopaxi.”

Para efectos de la ejecución de esta investigación se requiere recabar información para la cual necesitamos conocer opiniones sobre un estudio de factibilidad de un centro capacitación que usted ha realizado, esto será de gran importancia para el estudio antes mencionado, por tal razón le agradezco se digne a contestar el siguiente cuestionario con una x en la respectiva respuesta.

**ENCUESTAS**

**1.- ¿Existe un centro de capacitación de Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná?**

Si   
No   
No se

**2.- ¿Ha utilizado algún servicio en un centro de capacitación de Contabilidad y Auditoría?**

Si   
No   
No recuerdo

**3.- ¿Cuando Usted ha utilizado los servicios de un Centro de Contabilidad y Auditoría lo ha hecho en:**

- La Maná
- Valencia
- Quevedo
- Latacunga
- Otra ciudad
- No los ha utilizado

**4.- ¿De los Centros de capacitación de Contabilidad y Auditoría que usted ha visitado que características considera deficiente en los servicios prestados?**

- Tributaria
- NIF
- Capacitación
- Conciliación
- No he visitado estos Centros

**5.- Considera que un Centro de Capacitación de Contabilidad y Auditoría en el cantón La Maná debe ofrecer sus servicios de manera:**

- Presencial
- Semipresencial
- En línea

**6.- ¿Alguna vez ha recibido capacitaciones en áreas contables y tributarias?**

- Si
- No

**7.- ¿Usted invertiría recursos económicos en una capacitación de Contabilidad y Auditoría?**

Si

No

**8.- ¿Le gustaría que los Estudiantes, Docentes y Empleados sean constantemente capacitados en Contabilidad y Auditoría?**

Si

No

**9.- Cada qué tiempo le gustaría que se oferten capacitaciones en Contabilidad y Auditoría?**

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

**10.- Cree usted que los costos de capacitación contable en el cantón La Maná están al alcance de su economía?**

Si

No

No se