



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ASESORÍA TRIBUTARIA EN EL SECTOR DE LA
MICROEMPRESA”**

TUTOR

ING. COM. CHRISTIAN PROAÑO PIEDRA, MAGP

AUTORES

JENNIFER STEFANIA CABELLO MERO

ANGELLO FERNANDO MOLINA BUSTAMANTE

GUAYAQUIL

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA									
FICHA DE REGISTRO DE TESIS									
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria en el sector de la microempresa.									
AUTOR/ES: Cabello Mero Jennifer Stefania Molina Bustamante Angello Fernando	REVISORES O TUTORES: Mae. Proaño Piedra, Christian Xavier								
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniero Comercial								
FACULTAD: Administración	CARRERA: Ingeniería Comercial								
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 91								
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación comercial y administración									
PALABRAS CLAVE: Asesoría Tributaria, pymes, plan de negocio, microempresa.									
RESUMEN: La investigación tuvo el objetivo general proponer un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la asesoría tributaria para microempresas en la ciudad de Guayaquil. La metodología aplicada consistió en un enfoque mixto, dado que fue necesario el uso de técnicas estadísticas para el procesamiento de datos como tablas de frecuencias y gráficos estadísticas, además se aplicaron análisis financieros que permitieron determinar la viabilidad del plan de negocio, entre los principales análisis se tiene el TIR y VAN.									
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:								
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):									
ADJUNTO PDF:	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;">NO</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">I</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	I	<input type="checkbox"/>		
S	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>						
I	<input type="checkbox"/>								
CONTACTO CON AUTOR/ES: Cabello Mero Jennifer Stefania Molina Bustamante Angello Fernando	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Teléfono: 0996600846 0991140693</td> <td>E-mail: icabellom@ulvr.edu.ec amolnabu@ulvr.edu.ec</td> </tr> </table>	Teléfono: 0996600846 0991140693	E-mail: icabellom@ulvr.edu.ec amolnabu@ulvr.edu.ec						
Teléfono: 0996600846 0991140693	E-mail: icabellom@ulvr.edu.ec amolnabu@ulvr.edu.ec								
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Mg. Oscar Machado Alvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Mgtr. Irma Aquino Onofre Teléfono: 2596500 Ext. 202 E-mail: iaquino@ulvr.edu.ec</td> </tr> </table>	Mg. Oscar Machado Alvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Mgtr. Irma Aquino Onofre Teléfono: 2596500 Ext. 202 E-mail: iaquino@ulvr.edu.ec							
Mg. Oscar Machado Alvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Mgtr. Irma Aquino Onofre Teléfono: 2596500 Ext. 202 E-mail: iaquino@ulvr.edu.ec									

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%	5%	1%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	"A New Blue Ocean", Springer Science and Business Media LLC, 2021 Publicación	<1%
2	acypbisa.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
3	cachlambanh.co Fuente de Internet	<1%
4	essayhelpp.com Fuente de Internet	<1%
5	eumed.net Fuente de Internet	<1%
6	pablofrancoh.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
7	Academia Revista Latinoamericana de Administracion, Volume 29, Issue 4 (2016) Publicación	<1%
8	aftermarket.zf.com Fuente de Internet	<1%

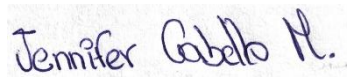

Ing. Com. Cristóbal Pizarro Piedra, MAGP

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA TRIBUTARIA EN EL SECTOR DE LA MICROEMPRESA, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

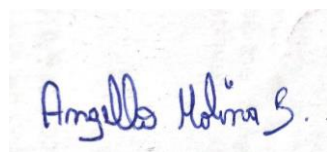
Autor(es)



Jennifer Stefania Cabello Mero

C.I 0930545942

Angello Fernando Molina Bustamante



C.I 0956583090

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA TRIBUTARIA EN EL SECTOR DE LA MICROEMPRESA, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de ADMINISTRACIÓN de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA TRIBUTARIA EN EL SECTOR DE LA MICROEMPRESA presentado por los estudiantes CABELLO MERO JENNIFER STEFANIA, MOLINA BUSTAMANTE ANGELLO como requisito previo, para optar al Título de INGENIERO COMERCIAL, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval. The signature is cursive and appears to read 'Christian Proaño Piedra'.

Ing. Com. Christian Proaño Piedra, MAGP

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

A todas las personas que me apoyaron e hicieron posible que este trabajo se realice con éxito.

En especial a nuestro Tutor MAE. Christian Proaño Piedra por compartirme sus conocimientos.

A toda mi familia y amigos por acompañarme en este proceso.

– Jennifer Stefania Cabello Mero

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres por ser un pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron en el camino.

A nuestro Tutor MAE. Christian Proaño Piedra por toda su ayuda y conocimientos impartidos durante este proceso de titulación.

– Angello Fernando Molina Bustamante

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres, por ayudarme a lo largo de este sueño, su infinita sabiduría y paciencia,

A mi familia, por siempre estar pendiente de mí, y creer en mí, este logro también es de ustedes.

A mis amigas, compañeras de aula, profesores, inspectores que siempre me brindaron sus palabras, aprendí mucho de ustedes.

– Jennifer Stefania Cabello Mero

Quiero dedicar esta tesis de grado a Dios por permitirme culminar con éxito mi tan anhelada carrera, darme buena salud y fortaleza en todo momento.

A mis padres por apoyarme en todo momento, por sus consejos, y la motivación constante.

A mi familia y amigos que de alguna u otra manera me apoyaron en esta larga trayectoria.

– Angello Fernando Molina Bustamante

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria en el sector de la microempresa, puesto que, aunque las microempresas tienen algunas debilidades, están menos afectadas por las crisis económicas debido a la flexibilidad y capacidades que se mantienen a la altura de las condiciones cambiantes. Las mismas representan un factor fundamental como actores vitales para mejorar la innovación, la competitividad, el espíritu empresarial y el establecimiento de un sistema de innovación eficaz para los países en desarrollo. Para el cumplimiento del objetivo general mencionado al principio de este apartado, se llevó a cabo una metodología basada en la investigación de tipo descriptiva, donde se aplicaron encuestas, las cuales tuvieron como resultados más impactantes que una compañía de consultoría tributaria y contable fortalecerá los conocimientos para afrontar los problemas antes mencionados, permitiendo a las organizaciones lograr una mejor estabilidad en el mercado para que las pequeñas empresas de la ciudad de Guayaquil no fracasen durante sus primeros años de funcionamiento, por una mala administración y gestión de sus recursos, ya que normalmente no poseen un plan de negocios que les permita alcanzar las metas definidas, además de no realizar un análisis de riesgos potenciales y prevención de los mismos.

Palabras claves:

Plan de negocios – Asesoría – Tributaria – Microempresa

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN	VII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Tema:	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Formulación del problema	5
1.4. Sistematización del problema	5
1.5. Objetivos de la investigación	5
1.1.5. Objetivo General.....	5
1.1.6. Objetivos Específicos	5
1.6. Justificación de la investigación	6
1.7. Delimitación o alcance de la investigación.....	6
1.8. Idea a defender.....	6
1.9. Línea de investigación institucional	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Marco referencial	7
2.2. Bases teóricas.....	16

2.2.1.	Plan de negocios	16
2.2.2.	Fases del plan de negocio	18
2.2.3.	Microempresa	20
2.2.4.	Análisis de PESTEL	21
2.2.5.	Matriz EFI	22
2.2.6.	FODA estratégico	23
2.2.7.	Plan financiero	23
2.3.	Marco conceptual.....	25
2.4.	Marco legal	27
2.4.1.	Ley de Consultorías	28
2.4.2.	Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno	28
2.4.3.	Requisitos para constituir una compañía en el Ecuador	29
CAPÍTULO III		31
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		31
3.1.	Tipo de investigación.....	31
3.2.	Enfoque de la investigación.....	31
3.3.	Técnicas de investigación	31
3.4.	Población	31
3.5.	Muestra	32
3.6.	Análisis de resultados	35
PROPUESTA		54
4.1.	Idea del negocio	54
4.2.	Descripción del negocio.....	54
4.2.1.	Logotipo	54
4.2.2.	Clasificación	54
4.2.3.	Ubicación.....	54
4.3.	Misión	55
4.4.	Visión.....	55

4.5. Objetivos.....	55
4.6. Valores	55
4.7. Estructura administrativa	56
4.8. Políticas de la empresa.....	58
4.9. Marketing Mix	58
4.10. Análisis financiero.....	60
Forma de financiamiento	62
Detalle de costos	65
Proyección de costos	66
Detalles de gastos	67
Proyección de gastos	68
Cálculo de ingresos.....	68
Flujo de caja	68
Estado de resultados proyectados	69
EVALUACION FINANCIERA.....	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
Conclusiones.....	72
Recomendaciones	73
Bibliografía.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividad de emprendimiento.....	35
Tabla 2. Contabilidad obligatoria	36
Tabla 3. Área contable	37
Tabla 4. Ventas del último año	38
Tabla 5. Dificultades con autoridades reguladoras	39
Tabla 6. Servicios tributarios	40
Tabla 7. Inversión en asesoría tributaria	41
Tabla 8. Medios de información	42
Tabla 9. Pago mensual de servicio tributario.....	43
Tabla 10. Empresas que brindan servicios de tributación.....	44
Tabla 11. Cuadro de análisis EFI.....	47
Tabla 12. Estrategia FO	51
Tabla 13. Estrategia DO.....	51
Tabla 14. Estrategia FA	52
Tabla 15. Estrategia DA.....	52
Tabla 16. Inversión	60
Tabla 17. Inversión en capital de trabajo	61
Tabla 18. Legales en inversión	62
Tabla 19. Inversión inicial	62
Tabla 20. Plan de financiamiento.....	63
Tabla 21. Descripción del mantenimiento	63
Tabla 22. Matriz de amortización	63
Tabla 23. Detalle de costos	65
Tabla 24. Materiales directos	66

Tabla 25. Servicios básicos.....	66
Tabla 26. Costos totales proyectados.....	66
Tabla 27. Gastos administrativos.....	67
Tabla 28. Gastos administrativos proyectados.....	67
Tabla 29. Gastos de ventas.....	68
Tabla 30. Gastos financieros.....	68
Tabla 31. Gastos proyectados.....	68
Tabla 32. Consultorías.....	68
Tabla 33. Estado de flujo de efectivo.....	68
Tabla 34. Estado de resultado integral.....	69
Tabla 35. TIR y VAN.....	70
Tabla 36. Costo beneficio.....	70
Tabla 37. Obtención de RBC.....	71
Tabla 38. Payback.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Plan de negocio.....	18
Figura 2. Plan financiero.....	24
Figura 3. Actividad de emprendimiento.....	35
Figura 4. Contabilidad obligatoria.....	36
Figura 5. Área contable.....	37
Figura 6. Ventas del último año.....	38
Figura 7. Dificultades con autoridades reguladoras.....	39
Figura 8. Servicios tributarios.....	40

Figura 9. Inversión en asesoría tributaria	41
Figura 10. Medios de información.....	42
Figura 11. Pago mensual de servicio tributario	43
Figura 12. Empresas que brindan servicios de tributación	44
Figura 13. Logotipo de Cabello & Molina consorcio S.A.....	54
Figura 14. Ubicación de Cabello & Molina consorcio S.A.....	55
Figura 15. Organigrama de la empresa Cabello & Molina consorcio S.A.....	56

INTRODUCCIÓN

En los actuales tiempos los microempresarios han ganado terreno en las economías en desarrollo, sin embargo, es de conocimiento general, que las mismas aún tienen debilidades, aunque estas no generen el impacto que si generan en grandes empresas con presencia en mercados internacionales por la crisis económica debido a la flexibilidad y capacidades que se mantienen a la altura de las condiciones cambiantes del mercado. Los microempresarios representan un elemento primordial en la economía del Ecuador pues en estas se encuentran mucha innovación y competitividad.

Las microempresas afrontan varios riesgos e inconvenientes; y algunas confían en la capacidad propia para resolverlos. Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) existen 3.526 microempresas en la ciudad de Guayaquil, que se encuentran en operaciones, sin embargo la mayoría de ellas no prosperan en mucho tiempo por los diversos cambios que incurren en la comercialización, que son originados por factores internos y externos a la organización.

Estos cambios ocasionan alteraciones en la manera de llevar el control de la organización y originan contratiempos para llevar a cabo las operaciones laborales, cualquier actividad que se pueda desenvolver en un ámbito social y económico, sufre alteraciones de manera constante, por lo tanto, las microempresas suelen tener varias variables que connotan varios inconvenientes como financieros, contables, legales y administrativos.

Algunas empresas retrasan su crecimiento ante la falta de orientación y asesoramiento, ese leve impulso que les permita superar sus momentos de crisis tan naturales, aquellos que se presentan en la curva de vida de cualquier empresa. Por ello, es importante estar en constante comunicación con organizaciones que asesoran a las medianas empresas en el ámbito comercial.

Según (Spiegel, 2011) dentro de los principales problemas comerciales que afronta una microempresa están los vendedores mal capacitados, mucha rotación de personal, mal ambiente de trabajo, los potenciales clientes no conocen los productos, falta de publicidad, ventas insuficientes para el nivel de gastos que se tiene, diversificación de

productos mal planteada, fracasos masivos en el lanzamiento de nuevos productos y precios de venta establecidos de manera empírica.

En la actualidad, en la ciudad de Guayaquil se genera una tendencia promedio de creación de nuevas microempresas del 10% debido a que las cifras de este sector corresponden a 2.756 en el año 2014, 3.170 en el año 2015 y 3.526 en el año 2017 según datos del INEC. Existe una minoría de organizaciones que proporciona ayuda a las microempresas, estas no dan un servicio de manera integral, este factor brinda la posibilidad de crear una empresa que preste servicios de asesoría en todos los ámbitos que se desenvuelve las microempresas.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema:

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria en el sector de la microempresa.

1.2. Planteamiento del problema

A partir del segundo semestre del año 2020 se ha evidenciado un aumento de microempresarios en Ecuador, esto se debe principalmente al impacto generado por la crisis sanitaria mundial causada por la pandemia del covid-19, situación que provocó que varias pequeñas y medianas empresas quiebren o suspendan sus funciones temporalmente. En consecuencia, el índice de desempleo durante el mes de agosto del año 2020 fue del 83% en todo el Ecuador (EL PAÍS, 2020), lo que representa un millón de desempleados y alrededor de 5,3 millones cuyos empleos se encontraban en situaciones de riesgo e inestabilidad.

Bajo este contexto, se ha podido notar una gran cantidad de comerciantes que con el paso del tiempo optaron por la creación de proyectos de emprendimiento considerados bajo el régimen de microempresas, normalmente, estas empresas ignoran la parte legal tributaria que deben cumplir, debido al desconocimiento de la misma. El problema reside en la ausencia de negocios dedicados a la asesoría tributaria, ya que este tipo de empresas pueden guiar a una gran cantidad de microempresarios, evitando de esta manera aquellas sanciones impuestas por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

La ausencia de este tipo de negocios no es solo un problema que afecta a los microempresarios al momento de realizar sus declaraciones, es más bien un problema social y cíclico, que puede afectar a una parte importante del sector Pymes, y es necesario recordar que parte de la estabilidad económica del país se mantiene justamente por este sector. En tal sentido, es necesario e importante la presencia de negocios que brinden servicio de asesoría tributaria para orientar sus deberes, obligaciones y beneficios, ya que es un deber social que todo sujeto pasivo debe conocer.

Según Gutiérrez y otros (2019) del mismo modo, en que se evitan sanciones se pueden obtener beneficios por el cumplimiento de las obligaciones tributarias, sin embargo, el sector microempresas suele desconocerlos, sus beneficios tributarios se clasifican en tres situaciones, estos son:

1. Un beneficio parcial a través de reducciones impositivas
2. Un beneficio temporal ya que se otorga el pago, pero por el lapso de un tiempo
3. A través de incentivos fiscales.

Los principales dilemas con los que se enfrentan los emprendedores al momento de poner en marcha su negocio es lograr ser atendido en el proceso de solicitar y poder adquirir el RUC, para el emprendedor esto resulta un procedimiento difícil de realizar, principalmente por la falta de conocimiento al respecto y el tiempo que implica si no se conocen debidamente los pasos a seguir. Partiendo de esta premisa, se evidencia la falta de empresas dedicadas al asesoramiento tributario para el sector de las microempresas (López & Borbor, 2019).

La falta de información sobre los procesos tributarios impide a las microempresas de la ciudad de Guayaquil laborar formalmente en el país, generando reducción de utilidades al incurrir en grandes multas por evasiones tributarias cuando se realizan las inspecciones de los organismos de control, además disminuye la productividad de las pequeñas y medianas empresas y limita su crecimiento como la no inscripción al Régimen Impositivo Simplificado (RISE).

Por otra parte, el poco soporte tributario sumado a la mala calidad de los estados financieros es el principal problema identificado por las instituciones del sector como el SRI lo que ha ocasionado la suspensión de algunas empresas. Existen compañías que generan sus declaraciones o estados financieros sólo por cumplir con el requisito legal, sin el respectivo control lo que representa pérdidas.

Mantener una cultura tributaria es muy importante, porque forman parte de las actividades que realizan a diario los comerciantes, la problemática se enfoca en el sector de las microempresas y en la necesidad de mantener un personal capacitado en materia tributaria y contable, ya que ayudaría a posicionarse en el mercado y su constante

crecimiento, esto gracias a la buena gestión de activos y el incremento de las utilidades en las partes interesadas.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo diseñar un plan de negocios para crear una empresa de asesoría tributaria en la ciudad de Guayaquil?

1.4. Sistematización del problema

- ¿Cuál será la acogida que puede tener la empresa dedicada a la asesoría tributaria para microempresas en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cuáles serían los servicios tributarios que ofrecería la empresa dedicada a la asesoría tributaria para microempresas?
- ¿Qué estrategias empresariales orientarán al posicionamiento de las microempresas?
- ¿Cuál es la viabilidad financiera del proyecto de la empresa dedicada a la asesoría tributaria para microempresas?

1.5. Objetivos de la investigación

1.1.5. Objetivo General

Proponer un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la asesoría tributaria para microempresas en la ciudad de Guayaquil.

1.1.6. Objetivos Específicos

- Realizar una investigación de mercados para determinar la demanda que pueda tener una empresa dedicada a las asesorías tributarias para microempresas en la ciudad de Guayaquil.
- Identificar las necesidades del sector dedicado a las asesorías tributarias para microempresas en la ciudad de Guayaquil que serán motivos de respaldo económico, contable y financiero para los microempresarios.
- Definir las estrategias que permitan a la empresa de asesoría tributaria posicionarse en el sector de microempresas.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto de la empresa dedicada a la asesoría tributaria para las microempresas.

1.6. Justificación de la investigación

Trabajar en un plan de negocios para establecer una empresa dedicada a la asesoría tributaria específicamente para las microempresas, se requiere de ofrecer servicios que se especialicen en contabilidad, portafolios, capacitación y reclutamiento de impuestos a fin de mantener actualizados a los propietarios de las microempresas, lo que permite fomentar el cumplimiento tributario que como efecto generará una recaudación efectiva de acuerdo con el servicio ofrecido a este sector.

Además, se realizará una encuesta analizando la opinión de cada contribuyente para conocer si la implementación del plan de negocios sería beneficiosa para los contribuyentes de la Ciudad de Guayaquil ya que les ayudará a cumplir con sus obligaciones con la administración tributaria.

1.7. Delimitación o alcance de la investigación

País:	Ecuador
Región:	Costa
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Sector:	Microempresa
Área:	Contable – Tributario

1.8. Idea a defender

Si se crea una empresa de asesoría tributaria entonces se fortalecerá los conocimientos y experiencias del sector microempresarial de la ciudad de Guayaquil.

1.9. Línea de investigación institucional

Línea Institucional de la ULVR Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco referencial

La contabilidad y la fiscalidad juegan un papel importante en las empresas modernas. Por tanto, un equipo de expertos en este campo les da una ventaja para consolidarse en un mercado altamente competitivo. Por otro lado, debido a la falta de conocimiento sobre el manejo de sistemas contables, realización de pagos relacionados o consultas con organismos reguladores como la Administración Tributaria Federal, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y el Ministerio de Trabajo, identificamos las necesidades de estos contribuyentes (Moyota, 2019).

El método que se utilizó es la herramienta de recopilación de datos como una encuesta por muestreo y se aplicó a los residentes de Naranjito. Los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos del último censo económico de 2010 fueron examinados gracias a la importante herramienta REDATAN, en la cual se cruzaron variables que permitieron formarse una imagen de toda la población a partir del número. Dado el tiempo transcurrido desde el último censo, se decidió contactar a la administración tributaria para actualizar la información. Una encuesta sobre la cantidad de contribuyentes del Municipio de Naranjito, con base en los datos obtenidos de la encuesta, debe realizar una encuesta a los contribuyentes del Municipio de Naranjito sobre cómo actualmente llevan registros, control y calidad de los servicios que solicitan para potenciar sus negocios. Luego también identificará sus debilidades y creará estrategias de control interno para que su empresa pueda encontrar y mantener la estabilidad en un mercado competitivo (Moyota, 2019).

El desarrollo de este documento es importante ya que este proyecto tiene como objetivo inculcar una cultura tributaria en los contribuyentes de Naranjito para que puedan controlar mejor sus ingresos y gastos, ya que esta información es importante. porque el empresario o administrador tiene información actualizada sobre la situación de su empresa y puede tomar decisiones.

Se trata de un plan de negocio para la creación de una empresa de consultoría contable, administrativa y fiscal IEPES & ASOCIADOS LTDA. Que brindará sus servicios a las

pymes de la ciudad de Cali. Dada la situación actual en Colombia, donde el desempleo es constante, las personas sienten la necesidad de independencia social y económica y eligen su propio camino, que es mayormente empírico o en gran medida revelador. Por tanto, sin considerar metas importantes, se enfrentan a un problema muy difícil tanto en su estructura interna como en el entorno externo, que limita su crecimiento y desarrollo y amenaza su sostenibilidad (Pineda & Yepes, 2006).

La contabilidad es a menudo superficial, no hay estados financieros detallados y no hay controles en esta área, por lo que la contabilidad rara vez se utiliza como una herramienta para analizar y apoyar la toma de decisiones. Esto se limita en gran medida al cumplimiento de la legislación laboral, empresarial y fiscal. Por tanto, creemos que estas empresas se encuentran en desventaja frente a las nuevas normas introducidas por el gobierno y por ello consideramos necesario estar constante y continuamente al día con estos cambios se ofrece mantener las cuentas limpias y ordenadas. y se espera que la información contable actualizada, de gran utilidad para los usuarios internos (propietarios, empleados) y externos (bancos, proveedores, clientes, autoridades), tenga un buen efecto de estos servicios (Pineda & Yepes, 2006).

Esto le permite montar una nueva empresa, utilizando los conocimientos adquiridos durante sus estudios a nuestro favor y así desarrollar un proyecto de vida que contribuya a mejorar nuestra calidad de vida mediante la creación de puestos de trabajo en los que podamos involucrarnos. especialmente para las pequeñas y medianas empresas, dando recomendaciones específicas y abordando todos los problemas contables, administrativos y contables tributarios de la región, mejorando el control interno y la capacitación de los empleados que allí laboran.

Quito es la segunda ciudad más grande del país, y el crecimiento y la expansión del comercio y los servicios, tanto en el sector formal como informal, han marcado la tendencia para las pequeñas empresas y negocios en Brasil. Recientemente se ha producido un aumento de las denominadas pequeñas y medianas empresas (pequeñas y medianas empresas). Es claro que en la estructura de la economía hay industrias que son más productivas que otras, por lo que algunas actividades tienen una ventaja comparativa frente a otros países, y a su vez nos encontramos con pequeñas y grandes

en casi todos los países. Corporaciones y corporaciones, y en la economía mundial existe una clara tendencia hacia la internacionalización de las empresas y la globalización de los mercados mundiales, provocada por la liberalización del comercio entre los enormes bloques económicos regionales y globales (Jarrín, 2014).

Las pequeñas empresas juegan un papel muy importante en este proceso. A pesar de los desafíos, las pequeñas y medianas empresas tienen la capacidad de adaptarse con relativa rapidez a los cambios tecnológicos y, por tanto, de ser empleo y, por tanto, distribución de ingresos para su industria y para desarrollar la economía del país. Las PYME nacionales y extranjeras se fundaron y desarrollaron de dos formas:

Creados como personas jurídicas y quienes tienen antecedentes familiares determinan la supervivencia de sus miembros. Los primeros tienen una organización y estructura formal, los segundos son informales, no tienen organización y su objetivo no es una estructura formal, sino la producción y venta de lo que producen (Jarrín, 2014).

Las pequeñas y medianas empresas dominantes en el país son el comercio y los servicios, así como la artesanía. El mercado mundial y nacional actual es un mercado de competencias en el que las personas mejor formadas y formadas tienen las mayores posibilidades de éxito y donde las empresas deben estar preparadas para satisfacer las demandas del mercado actual y las PYME deben ser competitivas en la práctica. Otros son pequeños, pero también tienen que competir con los más grandes. Por tanto, es importante tomar medidas para mejorar su organización, tanto en producción como en gestión y producción.

Una pequeña y mediana empresa se puede definir como una organización que produce bienes y servicios que satisfacen principalmente la demanda de esos bienes o servicios de otras grandes empresas y con una pequeña proporción de usuarios finales. El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad ha publicado una encuesta a 803 empresas afiliadas a pequeñas cámaras de comercio en Azuay, Guayaquil, Manabí, Pichincha y Tungurahua. La convivencia nacional, como la toma de puestos de trabajo, la producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades básicas de la sociedad nacional, y la acumulación de riqueza (Jarrín, 2014).

Por estos motivos, la principal herramienta de gestión de que disponen las empresas es la calidad y la información actualizada, el mercado de la empresa es cada vez más complejo y competitivo en todas sus operaciones. El 82% de las empresas locales son las denominadas pymes (pymes), la responsabilidad del asesoramiento en disciplinas contables, administrativas, financieras y tributarias es importante para su buen funcionamiento y la previsión de crecimiento y desarrollo.

Con la creación de una empresa de asesoría en los temas antes indicados, y con la gama de servicios propuestos se busca ayudar al desarrollo de tan importante sector de la economía ecuatoriana. Se pretende presentar una justificación Práctica, al proponer estrategias y soluciones a los problemas en estas áreas que las PYMES tienen, basados en la experiencia y práctica profesional y en el conocimiento adquirido en los diferentes módulos de la maestría (Jarrín, 2014).

Mediante la creación de una empresa que se encargue en la asesoría de los temas propuestos se podrá tener una gama de servicios, para esforzarse en contribuir al desarrollo de un sector tan importante de la economía ecuatoriana, sumándole el propósito de presentar lógica práctica, estrategias y resolución de problemas.

En nuestro país, los servicios de consultoría contable, fiscal y financiera son utilizados principalmente por empresas grandes y medianas. Con menos frecuencia: pequeñas empresas, microempresas más pequeñas. En la actualidad de MIPIMES, debemos estar preparados para aceptar los nuevos derechos derivados de la cultura tributaria introducida por la administración tributaria y buscar procesos económicos y financieros efectivos de los que dependa en gran medida el futuro y el desarrollo. ... Oficina. Este estudio trata sobre la creación de una consultoría contable, tributaria y financiera en la capital de China, áreas urbanas, sector norte con la tarea de asesorar a las pequeñas y medianas empresas (Arévalo, 2012).

La creación de la Societe de Solutions Comptables, Fiscales et Financieres para la Sociedad de Responsabilidad Limitada MIPYMES (EURL), cuya denominación comercial CONTRIFIN Solutions será "EURL", permitirá a MIPYMES contar con un aliado estratégico que contribuirá significativamente a mejorar su flujo de trabajo. .. regulado por la ley, la velocidad y las oportunidades requeridas en el mundo actual, con

la convicción de que se pueden brindar servicios profesionales de alta calidad con un rápido retorno de la inversión (Arévalo, 2012).

Las pequeñas y medianas empresas deben contar con servicios de alta calidad en las áreas de asesoría contable, tributaria y financiera que satisfagan sus necesidades y utilicen medios técnicos modernos para posibilitar los procesos financieros y así cumplir con sus obligaciones legales de manera oportuna y con calidad.

El acceso a la información contable financiera es importante tanto para empresas como para particulares, necesidad que ha surgido tanto por su importante contribución a la toma de decisiones como por ser un elemento importante del cumplimiento tributario a través de la cuenta de resultados. Para satisfacer esta necesidad, las empresas tienen dos opciones: una es contratar a un contador a tiempo completo y la otra es contratar a un consultor externo (Zuñiga, 2004).

Esta segunda opción genera oportunidades de negocios que el Municipio de Cuenca estima tiene un mercado potencial de 7,681 contribuyentes entre particulares y empresas, mercado que ha crecido 4.15% desde marzo de 2003 y requiere \$ 9,138,420 por persona al año. Este requisito se toma en cuenta al brindar servicios o actividades de consultoría en el área de contabilidad y contabilidad tributaria; La tecnología asociada a este servicio es la tecnología de sistemas de información, que, desde el punto de vista del proveedor, representa una ventaja competitiva en la prestación como complemento del servicio y que, desde el punto de vista del usuario, es un elemento necesario para su existencia. incluido en el servicio. La viabilidad financiera del proyecto está respaldada por un ingreso neto promedio de \$ 16.800 para el año, lo que requiere una inversión única de \$ 11.860 para una tasa interna de rendimiento del 92% (Zuñiga, 2004).

F&T Consulting competirá en este mercado ofreciendo los mismos servicios que sus competidores, empleando una estrategia de diversificación y apoyándose en una tecnología de sistemas de información propia, lo cual es una ventaja competitiva que, además de aceptar la complementariedad de servicios, ofrece la tecnología. que se adapta a las necesidades cambiantes de la empresa. En términos de gestión, organización y operación, la empresa sigue las mejores prácticas utilizadas en firmas

consultoras; también garantizar la coherencia del servicio a través de métodos de trabajo.

En la actualidad las pequeñas empresas y medianas se consideran muy importantes para la economía colombiana. Desde la década de los noventa, Colombia ha albergado un gran número de pequeñas y medianas empresas desconocidas, fragmentadas, sin protección ni apoyo, que contribuyen significativamente al producto interno bruto. Se estima que hay más de un millón de pequeñas y medianas empresas en el país, que generan más del 50% del producto interno bruto y generan la mayoría de los puestos de trabajo. La gran mayoría sin registro. Solo una pequeña parte está registrada y cumple con todos los requisitos legales (Soto & Peña, 2010).

Se estima que Colombia tiene más de un millón de pequeñas y medianas empresas, que representan más del 50% de la producción nacional y crean más del 70% de los puestos de trabajo en la industria, el comercio y los servicios. Del total de 700 mil personas no son oficiales, es decir. no registrados y 300.000 - oficiales o registrados; El 75% de las empresas registradas son microempresas, el 24% son pequeñas y medianas empresas y el 1% son grandes empresas. Las pymes enfrentan un nuevo escenario cuando la liberalización comercial, la falta de regulación de la actividad económica, la revolución tecnológica en los procesos productivos, etc. han creado un clima más competitivo, su tamaño dificulta la contratación de especialistas en cada rama debido a su alta eficiencia (Soto & Peña, 2010).

Costos que afectan la maximización del valor de la empresa debido a la pérdida de mercado; Por lo tanto, se requieren servicios profesionales para tomar decisiones comerciales; Por tanto, es importante averiguar cómo se puede obtener la oportunidad de asesoramiento y asesoramiento empresarial, esforzarse siempre por la eficiencia, eficacia y calidad y reducir los costes para la empresa. De ahí que muchas empresas se hayan dado cuenta de que para sobrevivir es necesario cambiar las formas tradicionales de organización que hoy en día suponen un grave problema para las pequeñas y medianas empresas, por lo que es necesario aprovechar la subcontratación (Soto & Peña, 2010).

Se ha iniciado el proceso de transformación radical de la práctica empresarial, incluida la creación y desarrollo de empresas; Por lo tanto, comprender cómo contratar consultores es práctico y claro, lo cual es una gran herramienta para mejorar la forma en que funciona cualquier negocio, desarrollar nuevos productos o servicios, ingresar a nuevos mercados y, lo más importante, mejorar el proceso de comunicación empresarial. Donde quiera que las personas trabajen, deben comunicarse, tomar decisiones, asignar recursos y colocar sus productos y servicios en el lugar correcto en el momento adecuado. Todo esto requiere de un equipo de profesionales confiables que garanticen en gran medida el éxito de la empresa, ya que contribuye al desarrollo de direcciones estratégicas que toman en cuenta no solo las necesidades actuales del mercado, sino también las tendencias. y opciones disponibles. compite por su productividad (Soto & Peña, 2010).

La falta de una estructura organizativa adecuada en las pequeñas y medianas empresas dificulta la toma de decisiones comerciales en el momento oportuno con el fin de ocupar una gran cuota de mercado, este proyecto tiene como objetivo brindar servicios de asesoría y asesoría. Por lo tanto, la encuesta debe realizarse tomando como referencia el área metropolitana de Bucaramanga. La nueva firma de consultoría se enfocará en diversas áreas comerciales donde el nivel de conocimiento permita una rápida prestación de servicios, y las pequeñas y medianas empresas emplearán personas en empresas donde puedan agregar valor a los procesos y actividades comerciales. proporciona asesores profesionales integrados por personas con alta movilidad y relaciones laborales muy flexibles.

El plan de negocios tiene como objetivo brindar servicios garantizados a los contribuyentes de Guayaquil a medida que Guayaquil se vuelve más competitivo cada día. La investigación puede eliminar el desconocimiento de los contribuyentes guayaquileños, quienes también están de acuerdo con la ayuda de los servicios contables y tributarios. El plan de negocios está destinado a ayudar a la autoridad supervisora a llevar a cabo sus tareas (Baque & Chilán, 2018).

El análisis del plan de negocios reveló un problema. En Guayaquil, la mayoría de los contribuyentes preparan sus informes personales, a menudo por temor al aspecto

comercial de su negocio y descuidando el aspecto contable y fiscal, lo que genera retrasos en la presentación de declaraciones de impuestos. El resto de contribuyentes no está familiarizado con la teneduría de libros y las partes fiscales, por lo que actualmente están utilizando los servicios de firmas de consultoría contable y fiscal, lo que sugiere que debido a los altos precios, pueden cambiar de empresa y muchas veces estas empresas ofrecen más servicios en diferentes áreas.

Este es un factor que le impide concentrarse en un área para brindar el mejor servicio a sus clientes. Una vez identificado el problema principal. Se forma una hipótesis. Por ejemplo, se está elaborando un plan de negocios para la constitución de una empresa de servicios contables y tributarios para suplir la falta de asesoría sobre deudas tributarias de los contribuyentes de Guayaquil, lo que ha dado lugar a una investigación, ya que los contribuyentes estarán felices de iniciar un negocio que brinde servicios contables y tributarios.

Para realizar estudios de mercado con las herramientas de Google, se creó un formulario que se envió a las direcciones de correo electrónico de los empleados. Con base en todo lo que se ha encontrado en la investigación de mercado en términos técnicos y financieros, se puede concluir que el proyecto es rentable y que la puesta en marcha beneficiará a los contribuyentes de Guayaquil (Baque & Chilán, 2018).

El objetivo de la tesis es desarrollar un plan de negocios para el establecimiento de empresas de servicios de auditoría y fiscalidad, que asesore a los contribuyentes del municipio de Guayaquil en la implementación de las obligaciones tributarias y las autoridades supervisoras, le ofrecerán servicios de alta calidad con total responsabilidad y profesionalismo.

La inteligencia empresarial juega un papel estratégico para una empresa u organización y crea una potencial ventaja competitiva que no es más que el suministro de información privilegiada en caso de problemas comerciales: entrada a nuevos mercados, campañas publicitarias u ofertas, eliminación de islas de información, control, optimización de costes, planificación de la producción, análisis de perfiles de consumidores, rentabilidad de un determinado producto, etc. (Dávila, 2019).

Sin embargo, esta tecnología y conocimiento no solo está al alcance de las grandes empresas, sino que se puede aplicar a las pequeñas y medianas empresas ya que cuentan con una gran cantidad de datos internos y datos creados por sus clientes y proveedores que les permiten aprovechar este nuevo espacio de innovaciones. En este contexto, se identificaron deficiencias en la gestión de adquisiciones que fueron identificadas como el principal problema, las cuales podrían atribuirse a las siguientes causas:

Algunas de las barreras a las que se enfrentan las pymes para entrar en la era de la "analítica empresarial" incluyen: la falta de interés de las pymes en las soluciones de información que les permitan actuar y desarrollar estrategias específicas; Los propietarios deben saber qué es un entorno informático rico, qué es y qué implica. Esto dificulta la identificación de inconvenientes en los procesos internos y reduce su efectividad en diversas áreas de la empresa (Dávila, 2019).

En segundo lugar, las PYMES sienten que no pueden producir suficiente información comercial para usar, lo cual es inapropiado ya que las PYMES pueden usar muchas fuentes para producir dicha información, como varios registros de información. Correo electrónico, redes sociales, información de transacciones, etc. Pérdida de clientes potenciales por incapacidad para determinar sus necesidades. Otro obstáculo es la falta de inversión en software y hardware y el correcto uso de los recursos asociados a este tipo de tecnología. Si tales servicios pueden ser prestados por grandes empresas externas, las ofrecerán a un alto precio a empresas de un tamaño que conlleva al uso de financiamiento externo que afecta la rentabilidad de la empresa, conduce a una pérdida de competitividad y crecimiento tiene poder en comparación con empresas del mismo mercado (Dávila, 2019).

La falta de servicios de inteligencia empresarial en el segmento de las PYMES significa que no son muy productivos, competitivos y brindan un mejor soporte a la toma de decisiones basada en negocios. Esta actividad tiene como objetivo la creación de una empresa que brinde este tipo de servicio en condiciones de demanda insatisfecha del mercado.

Se utilizaron los siguientes métodos de investigación: descriptiva y de campo, con un enfoque de investigación mixto. Las herramientas de recopilación de información

fueron cuestionarios, que permitieron a las partes interesadas expresar directamente sus puntos de vista sobre la prestación de este tipo de servicio, así como entrevistas con expertos que expresaron sus opiniones sobre el concepto de negocio. La población encuestada fue una muestra de pequeñas y medianas empresas de Guayaquil. En cada etapa, se desarrolló un plan de negocios y se llevó a cabo una valoración financiera utilizando el valor actual neto actual (VAN) y la tasa interna de rendimiento (TIR) que se consideraron apropiados para iniciar un negocio. incluido en el plan de negocio (Dávila, 2019).

El objetivo del estudio fue desarrollar un plan de negocios que demuestre la sostenibilidad económica y financiera de hacer negocios con un proveedor de servicios de inteligencia empresarial que ha mejorado la competitividad y productividad de las pequeñas y medianas empresas de Guayaquil. La analítica empresarial elimina muchas hipótesis que surgen en la empresa. También identificar a los clientes más rentables, para de esta manera ser utilizados como identificación de nuevas tendencias del mercado.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Plan de negocios

Un plan de negocios es un documento escrito que describe la trayectoria futura de una empresa (Partal, 2017). Un buen plan de negocios explica el concepto comercial, resume los objetivos del negocio, describe por qué el negocio tendrá éxito, e identifica los recursos (tanto en términos de dinero, personas y tecnologías) que necesitará el negocio, describe cómo esos recursos se obtendrán, y define los procesos involucrados para tener éxito. Tokan (2016) menciona algunos beneficios de producir un plan de negocios incluyen:

- Análisis del negocio, reconocimiento de oportunidades y riesgos y prueba de algunos de los supuestos;
- Identificación de las necesidades de capital para el negocio;
- Mecanismo de financiación para encontrar recursos financieros de bancos e inversores;

- Medios de comunicación para informar a los empleados, inversores y otras personas sobre los planes y estrategias de la empresa;
- Una herramienta de evaluación comparativa para comparar el progreso y el desempeño del negocio.

Triana y otros (2021) consideran una buena idea que todas las empresas preparen y actualicen periódicamente sus planes de negocio. Sin embargo, es más probable que las pequeñas empresas preparen un plan de negocios cuando recién están comenzando o cuando se está produciendo un cambio importante en el negocio (y, a menudo, cuando se necesita una inversión adicional o un préstamo). Algunas pautas para preparar un buen plan de negocios son:

1. Determinar claramente el objetivo del plan de negocios. ¿Quién va a leer el plan y qué se va hacer? Los objetivos pueden ayudar a la empresa a decidir cuánto énfasis poner en varias secciones del plan de negocios.
2. Asignar tiempo y recursos suficientes para investigar a fondo el plan de negocios. Es necesario obtener más información sobre la industria, los clientes potenciales, los competidores potenciales y las ventas y los costos potenciales.
3. Deje que otra persona revise el plan de negocios. Puede ser muy útil obtener comentarios sobre el borrador del plan de negocios de varias personas, incluidas las personas asociadas con la empresa.
4. Escriba un plan de negocios único. El plan de negocios debe reflejar lo que es importante para el caso particular y qué cuestiones clave deben abordarse. Un error común que cometen los empresarios es pedir prestado mucho de un plan de negocios de muestra y simplemente cambiar los nombres y algunos de los números.
5. Identificar y abordar los puntos clave. Revise el esquema para asegurarse de que todas las secciones sean coherentes y de que se hayan abordado todos los problemas clave.
6. Asegúrese de que las proyecciones financieras sean realistas. La sección financiera es la sección más importante del plan de negocios porque identifica las necesidades financieras de la empresa y muestra el potencial de ganancias de la empresa.



Figura 1. Plan de negocio
Fuente: Twgo Community, (2014)

Para definir un plan de negocio es necesario comprender primero el concepto de un negocio, el cual se apoya sobre el significado de una ocupación, trabajo, o actividad que se realiza bajo un costo beneficio (Oviedo & Yakusik, 2016). En otras palabras, el negocio es un conjunto de actividades sistemáticas que una persona denominada empresario decide llevar con un fin en específico, su concepto conduce a otras premisas estudiadas por otros autores enfocados en la ciencias administrativas y sociales, mismas son citadas a lo largo del proyecto.

Para Oviedo y Yakusik (2016) un plan de negocio debe considerar seis fases relacionados con la gestión administrativa y financiera, entre estos se encuentran:

2.2.2. Fases del plan de negocio

Gestión administrativa

La gestión principal que debe ser considerada dentro de un plan de negocio es la gestión administrativa que permite definir la razón de ser de la empresa, mediante el enfoque de un modelo de negocio para poder ponerla en marcha, en tal sentido, la gestión administrativa permite como base definir su misión, visión, valores, analiza la situación interna y externa y define objetivos estratégicos en cada área clave.

Los objetivos pueden ser enfocados a diferentes áreas, tales como:

- Área comercial
- Área operativa

- Área de RR.HH.
- Área legal
- Área financiera

Gestión de marketing

Esta gestión se enfoca en dos tareas fundamentales, estas son el estudio de mercado que busca definir el tamaño del mercado, estimar la cantidad que se pretende comercializar, definir el segmento, identificar a los competidores directos e indirectos, e identificar a los proveedores o socios clave, la segunda tarea fundamental de la gestión de marketing es el diseño de estrategias que conducirá al alcance de los objetivos de la empresa.

El estudio de mercado es la principal tarea dentro de la gestión de marketing en entregar información aproximada a la realidad, es decir, entrega datos cualitativos y cuantitativos de lo que requiere y necesita el mercado, siendo una herramienta de investigación de mercado fundamental para dirigir eficientemente las actividades de la empresa.

Por su parte, el diseño de estrategias es la continuidad y van enlazadas con los resultados de la investigación de mercado, es por esto, que antes de realizar estrategias de marketing es importante conocer interna y externamente el mercado para disminuir los niveles de riesgo o errores durante las siguientes fases. Cabe indicar, las estrategias de marketing puntualizan en ciertas variables como el producto o servicio a ofertar, precios a asignar bajo un estudio debido de costo beneficio, la distribución del producto o servicio que se apoya sobre una serie de actividades operativas hasta llegar al cliente, otra variable es la comunicación basada en herramientas de comunicación efectivas.

Gestión operativa

La gestión operativa está relacionada con los recursos claves que permitirán llevar a cabo el plan de producción, el mismo provee y orienta una ruta de trabajo de manera ordenada, su objetivo es producir un producto o servicio considerando la capacidad que tiene el negocio para realizarlo. Dentro de la gestión operativa se analiza cómo se pretende utilizar los recursos de una manera eficiente, para ello, se consideran objetivos de producción, recursos como las materias primas, insumos u otras mercaderías

complementarias, la capacidad de producción proyectada, los activos fijos necesarios para operar, y el diseño de flujogramas de proceso y distribución de la planta.

Gestión de personas

La gestión de personas se encarga de formar el equipo de trabajo con ayuda de procesos y herramientas para la contratación y construcción organizacional, esta fase permite asignar a cada persona un cargo en el que se desenvuelva mejor. Dentro de la gestión de personas se puede definir la estructura organizativa, necesidad del trabajador, funciones específicas, proceso de contratación, y el control con ayuda de evaluaciones de desempeño para mantener el personal potencial.

Gestión legal

La gestión legal conlleva a un negocio a reconocer las obligaciones y derechos que tiene como empresario, el mismo sirve como guía para reconocer a qué tipo de empresa pertenece, procedimiento para la constitución de una empresa, aspectos tributarios, entre otros.

Gestión financiera

El objetivo de esta gestión es determinar la viabilidad económica del emprendimiento, Para ello, se determinará la inversión inicial necesaria, el financiamiento, los costos y los ingresos. A través de los indicadores económicos financieros nos ayudarán a tomar la decisión de iniciar el emprendimiento o replantear las estrategias establecidas originalmente.

2.2.3. Microempresa

El término microempresa se refiere a una pequeña empresa que emplea a pocas personas. Una microempresa generalmente opera con menos de 10 personas y se inicia con una pequeña cantidad de capital adelantado de un banco u otra organización (Cantos, Sánchez, Tigua, & Parrales, 2018). La mayoría de las microempresas se especializan en proporcionar bienes o servicios para sus áreas locales.

Las microempresas tienen un papel importante en la contribución a un entorno comunitario económico y social estable y sostenible. Se necesita un núcleo de pequeñas empresas en particular microempresas (cinco o menos empleados) para construir y

mantener la sostenibilidad del desarrollo social, cultural, ambiental y económico de las comunidades.

Las microempresas proporcionan una forma de apoyar la economía en una zona específica fomentando el autodesarrollo y la autosuficiencia. Las microempresas exitosas aportan financiamiento para sus empleados, permiten la generación de empleo y combatir la pobreza en sus áreas locales.

El desarrollo económico a través de la promoción de microempresas podría ayudar a las comunidades a elevar su nivel de vida pero solo si las microempresas mismas tienen éxito. Sin embargo, la literatura registra que las microempresas son propensas al fracaso (Hinojo, 2018). Se percibe que sus operadores carecen de las habilidades comerciales necesarias y las oportunidades de aprendizaje no satisfacen sus necesidades.

Se estima que las microempresas comprenden entre el 95% y el 98% de las entidades comerciales de la mayoría de los países. Los avances en las telecomunicaciones y la tecnología han abierto muchas oportunidades para el autoempleo y las microempresas (Quingco & Leonoras, 2019). Varios gobiernos ayudan activamente a la formación y sostenibilidad de pequeñas y microempresas en beneficio de sus economías nacionales. En el Ecuador las microempresas tienen la facilidad de constituirse como una Sociedad de Acciones Simplificadas (S.A.S.)

2.2.4. Análisis de PESTEL

Es una herramienta que le permite identificar fuerzas externas a nivel macro que afectan a su negocio y determinar su evolución tanto financiera como reputacional. Esto también se aplica a los factores analizados: políticos, económicos, sociales, técnicos, ecológicos y legales. Es por tanto una investigación de mercado que se centra exclusivamente en los factores externos que afectan a la empresa (Arriaga, 2019).

Para analizar el entorno externo de la empresa, pregúntese cómo puede afectar los factores macro de una empresa.

Factores políticos

Analiza la política del país en el que opera la empresa, la estabilidad del gobierno y los cambios en los acuerdos internacionales.

Factores económicos

Los cambios en la legislación fiscal, las crisis económicas, la inflación, las tasas de cambio y de interés y el nivel de empleo también son factores externos que afectan a la empresa.

Factores sociales

El análisis incluye una evaluación de modelos culturales, valores compartidos, cambios geográficos de consumo y cambios en los hábitos de consumo (Arriaga, 2019).

Factores tecnológicos

El coste de acceso a la tecnología, las inversiones en I+D, y las actualizaciones tecnológicas son aspectos esenciales para el análisis externo de una empresa.

Factores ecológicos

Todos estos son temas relacionados con la protección del medio ambiente de la contaminación de las actividades económicas y el uso de los recursos naturales para la gestión de residuos.

Factores legales

Esto incluye leyes que afectan y restringen su negocio, desde leyes laborales hasta seguridad ocupacional, leyes de propiedad intelectual y protección al consumidor (Arriaga, 2019).

2.2.5. Matriz EFI

Esto es útil a la hora de desarrollar una estrategia en tu proyecto o en tu empresa, ya que es necesario un análisis completo para conocer la realidad y el contexto en el que te encuentras. Antes de comenzar con este método de auditoría, acérquese. Recuerde que ayuda a lograr sus objetivos comerciales en consonancia con sus objetivos. La Matriz de Evaluación de Factores Internos, mejor conocida como IFE, es una forma de evaluar los factores internos de la gestión estratégica y resumir sus fortalezas y debilidades. Son los más importantes en las áreas funcionales de la empresa o la empresa. Luego se evalúa el éxito que la empresa puede alcanzar con su estrategia (Becerra, Arellano, & Pineda, 2012).

Algunos de los factores internos más importantes a considerar son: clima organizacional, sistema de evaluación, sistema de información, situación financiera, imagen pública, capital humano y calidad. Podemos decir que esta herramienta permite realizar una auditoría interna de la administración de la organización. Además, analice la efectividad de sus estrategias y comprenda su impacto. De esta forma, apoya el desarrollo de estrategias que puedan controlar, optimizar y fortalecer los procesos internos.

En primer lugar, su valor radica en la actitud o la primera actitud que podemos tener hacia nuestra marca, tienda o empresa- Por lo tanto, este método es invaluable para las estrategias, ya que actualmente identifica sus fortalezas y debilidades utilizando ponderaciones y estimaciones que brindan información para la acción inmediata o la formulación de estrategias en horizontes y plazos más amplios (Becerra, Arellano, & Pineda, 2012).

2.2.6. FODA estratégico

Es una herramienta analítica que permite tener una idea de la posición actual del objeto de investigación (persona, empresa u organización, etc.), tomar decisiones de acuerdo con las metas y lineamientos formulados, evaluar la situación actual. situación en el futuro para mejorar. Las fortalezas y debilidades son internas a la organización, por lo que puede actuar sobre ellas directamente. Por otro lado, las oportunidades y los riesgos son externos y solo pueden abordarse cambiando los aspectos internos (Leiva, 2016).

2.2.7. Plan financiero

La planificación financiera es el proceso de estimar el capital requerido y determinar su competencia. Es el proceso de enmarcar las políticas financieras en relación con la adquisición, inversión y administración de fondos de una empresa (Caldas, Carrión, & Heras, 2017).



*Figura 2. Plan financiero
Fuente: Portilla (2013).*

La planificación financiera tiene muchos objetivos que esperar:

- a) **Determinación de los requisitos de capital:** esto dependerá de factores como el costo de los activos fijos y corrientes, los gastos de promoción y la planificación a largo plazo. Los requisitos de capital deben considerarse con ambos aspectos: requisitos a corto y largo plazo.
- b) **Determinación de la estructura de capital:** la estructura de capital es la composición del capital, es decir el tipo relativo y la proporción de capital requerido en el negocio. Esto incluye decisiones sobre la relación deuda-capital, tanto a corto como a largo plazo.
- c) Enmarcar las políticas financieras con respecto al control de caja, préstamos, etc.
- d) Un gerente de finanzas se asegura de que los escasos recursos financieros se utilicen al máximo de la mejor manera posible al menor costo para obtener el máximo rendimiento de la inversión.

El plan financiero es el proceso de enmarcar objetivos, políticas, procedimientos, programas y presupuestos con respecto a las actividades financieras de una preocupación. Esto asegura políticas financieras y de inversión efectivas y adecuadas. Para Rachman (2021) la importancia de realizar un plan financiero se puede resumir como:

- a) Deben asegurarse fondos suficientes.

- b) La planificación financiera ayuda a garantizar un equilibrio razonable entre la salida y la entrada de fondos para que se mantenga la estabilidad.
- c) La planificación financiera garantiza que los proveedores de fondos inviertan fácilmente en empresas que ejercen la planificación financiera.
- d) La planificación financiera ayuda a realizar programas de crecimiento y expansión que ayudan a la supervivencia a largo plazo de la empresa.
- e) La planificación financiera reduce las incertidumbres con respecto a las tendencias cambiantes del mercado que se pueden enfrentar fácilmente con fondos suficientes.
- f) La planificación financiera ayuda a reducir las incertidumbres que pueden ser un obstáculo para el crecimiento de la empresa. Esto ayuda a garantizar la estabilidad y la rentabilidad en cuestión.

2.3. Marco conceptual

Asesoría tributaria: El servicio de asesoría tributaria comprende la implementación de controles y procedimientos necesarios para la adecuada aplicación de las normas tributarias, de manera que les permita a las compañías hacer una racionalización de los impuestos y recursos financieros. Las operaciones de la compañía son analizadas, al igual que las declaraciones tributarias, se verifica el cumplimiento de las normas fiscales y se brinda una asesoría de las respuestas a los requerimientos de las autoridades fiscales (JAHV MCGREGOR S.A.S, 2021, p. 1).

Contribuyente: Es la persona natural o jurídica a quien la Ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Los contribuyentes se clasifican en personas naturales como ecuatorianos, inmigrantes y no inmigrantes mientras que las jurídicas en públicas y privadas (Zúñiga, 2017).

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados (Servicio de Rentas Internas, 2021).

Persona natural: La persona natural es quien asume la responsabilidad del negocio o empresa y que lleva con ella todas las obligaciones en el cumplimiento de leyes y pagos

o contribuciones, los tramites para su constitución son simplificados y no necesitan de mayor inversión debido a su actividad comercial. (López & Borbor, 2019).

Persona jurídica: Es aquella que se refiere a la empresa como ente que asume toda responsabilidad de cada una de las obligaciones, los bienes que se contraen al nombre de la empresa son aquellos que sirven como garantía al cumplimiento de deudas ya que los dueños mantienen una responsabilidad limitada y no exponen sus bienes personales, la empresa tiene ventajas como el acceso a créditos financieros y mayor disponibilidad de capital (López & Borbor, 2019, p. 25).

Pymes: Las Pymes son empresas con características distintivas y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros establecidos por los países. Son organizaciones con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específico. Estas cumplen un importante papel en la economía, en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico —OCDE, suelen tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas (Millanao, Saavedra, & Villalobos, 2016).

Registro Único de Contribuyentes (RUC): La Ley de Registro Único de Contribuyentes determina que el Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria;

Que el primer inciso del artículo 1 de la Ley ibidem dispone que todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes (Servicio de Rentas Internas, 2021).

Servicios de rentas internas: El servicio de Rentas Internas es una entidad autónoma y técnica, con la responsabilidad y obligación de recaudar todos los tributos internos, que están establecidos por la Ley por medio de la aplicación de la normativa vigente, cuya finalidad es de consolidar una cultura tributaria en el Ecuador a efectos de aumentar de manera fija, el que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria.

“El S.R.I. es una organización sostenida en principios de equidad, justicia y confianza con absoluta limitación política, con relación independiente del contribuyente, que buscan un ejercicio real, en legítimo derecho, con una reconocida posición en la entidad”. (Servicio de Rentas Internas, 2014)

El servicio de rentas internas contribuye en la construcción fiscal, por medio de la concientización y exigencia de las obligaciones tributarias según la Constitución, para que por Ley se asegure la recaudación y la cohesión social. Las ejecuciones tributarias que realiza el SRI determinan: El controlar los tributos, Contribuyente cumple con las obligaciones, Preparar reformas tributarias y Multas y sanciones. (Romero, 2018)

Tributación: La Tributación es el sistema por el cual el Estado a través de los órganos de gobierno extrae el dinero de sus administrados para coadyuvar con las cargas públicas, donde atendiendo a una Política Fiscal determinada (expansiva, contractiva o neutra) se diseñan cargos pecuniarios sobre las rentas, las mercancías, las propiedades, el patrimonio o los servicios y los correspondientes procedimientos para su exacción, teniendo por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento (Rodríguez Morales, 2019, p. 287)

2.4. Marco legal

Registro oficial en la Constitución de la República - Régimen tributario En la Constitución de la República del Ecuador sección quinta se refiere al régimen tributario y nos da a conocer en el “Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promover la redistribución y estimulará el empleo, la producción y bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables” (Registro Oficial Órgano del Gobierno del Ecuador, 2016)

Y el “Art. 301.- Sólo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos. Sólo por acto normativo de órgano competente se podrán establecer, modificar, exonerar y extinguir tasas y contribuciones. Las tasas y contribuciones

especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley”. (Registro Oficial Órgano del Gobierno del Ecuador, 2016)

2.4.1. Ley de Consultorías

Toda empresa que desee iniciar sus operaciones como Asesoría o Consultoría debe considerar las disposiciones principales en la presente ley donde se indica lo siguiente: “Art.1.- Para los efectos del presente reglamento, se entiende por consultoría, la prestación de servicios profesionales especializados que tengan por objeto identificar, planificar, elaborar o evaluar proyectos de desarrollo, en sus niveles de prefactibilidad, factibilidad, diseño u operación (Saldaña, 2019).

Comprende, además, la supervisión, fiscalización y evaluación de proyectos, así como los servicios de asesoría y asistencia técnica, elaboración de estudios económicos, financieros, de organización, administración, auditoría e investigación”. (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2018)

Art. 6.- Para que los consultores individuales, nacionales o extranjeros, puedan ejercer actividades de consultoría, deberán reunir los siguientes requisitos:

- a) Tener título profesional conferido por un Instituto de Educación Superior del Ecuador, o del extranjero, en cuyo caso deberá estar revalidado en el país conforme a la Ley; y,
- b) Cumplir con las leyes respectivas que regulan el ejercicio profesional. Los consultores individuales extranjeros que sean contratados por compañías consultoras nacionales o extranjeras deberán comprobar su calidad de profesionales, así como la experiencia en los campos de su especialización”

2.4.2. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

Considerando lo expuesto por la Ley De Régimen Tributario Interno en cada uno de sus artículos se mencionarán los temas relacionados al tipo de empresa que se ajusta a este trabajo investigativo, conocer sobre estos temas permite tener una actividad de negocio tributario en orden sin faltar a cada una de sus normativas. Esta ley se crea con el fin de llevar un control y regularización de pagos de los impuestos sobre el tipo de actividad económica (López & Borbor, 2019).

2.4.3. Requisitos para constituir una compañía en el Ecuador

La Superintendencia de Compañías es la entidad que regula la constitución de empresas en Ecuador, brinda información acerca de los requerimientos previos al inicio de actividades empresariales o comerciales, como requisito fundamental se requiere que mediante escritura pública previo mandato será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de constitución tendrá los siguientes parámetros:

- 1) El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- 2) El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- 3) El objeto social, debidamente concretado;
- 4) Su denominación y duración;
- 5) El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- 6) La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- 7) El domicilio de la compañía;
- 8) La forma de administración y las facultades de los administradores;
- 9) La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- 10) La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- 11) Las normas de reparto de utilidades;
- 12) La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- 13) La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes. - para que el servicio de rentas

internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- 1) Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- 2) Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- 3) Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- 4) Original y copia certificada del nombramiento del representante inscrito en el Registro Mercantil.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El trabajo para presentar requirió del tipo de investigación descriptiva, puesto que se describieron las tendencias de consumo y preferencias de las personas en Guayaquil, respecto a su disposición de acceder a los servicios de asesoría tributaria, lo cual les permita gestionar de mejor manera los beneficios de estos. Además, se describieron las principales estrategias para la puesta en marcha del negocio en mención, partiendo de esto se detallaron los recursos humanos, físicos y tecnológicos a fin de converger en el análisis financiero y determinar qué tan rentable fue el negocio.

3.2. Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación que más se ajustó al trabajo es el mixto, dado que fue necesario el uso de técnicas estadísticas para el procesamiento de datos como tablas de frecuencias y gráficos estadísticas, además se aplicaron análisis financieros que permitieron determinar la viabilidad del plan de negocio, entre los principales análisis se tiene el TIR y VAN. Por otra parte, también se ejecutó la recopilación de datos cualitativos por medio de una revisión documental.

3.3. Técnicas de investigación

La encuesta fue la técnica que se empleó para el estudio de mercado y establecer las principales preferencias de los potenciales clientes. Finalmente, la investigación utilizó el análisis documental para recopilar información del mercado.

Se aplicaron encuestas como método para realizar estudios de mercado e identificar las preferencias clave de los clientes potenciales. Finalmente, el estudio utilizó una búsqueda bibliográfica para recopilar información sobre el mercado de asesorías tributarias a microempresas

3.4. Población

De acuerdo con el último censo respecto a la cantidad de empresas en Guayaquil realizado por el Instituto de Estadísticas y Censos en el año 2016 (INEC, 2016), los datos arrojaron un total 114.602 contribuyentes, los cuales se clasifican en 99.037 microempresarios, 12.654 pequeñas empresas y 2.911 medianas empresas.

3.5. Muestra

De acuerdo con los datos del INEC existen 99.037 microempresas en la ciudad de Guayaquil. Se utilizó el muestreo probabilístico mediante la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos.

Donde:

N=	Población	99.037
p=	Probabilidad de éxito	0,5
q=	Probabilidad de fracaso	0,5
p*q=	Varianza de la Población	0,25
e	Margen de error	5%
NC (1- α)	Confiability	95%
=		
Z=	Nivel de confianza	1,96

$$\frac{1,96^2 * 99.037 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (99.037 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$\frac{3,84 * 99.037 * 0,5 * 0,5}{247,59 + 0,96}$$

$$= \frac{95.115,13}{248,55}$$

$$= 383$$

El tamaño de la muestra es de 383 microempresas en la ciudad de Guayaquil.

Encuestas

1.- ¿A qué actividad se dedica su empresa o negocio?

Comercio

Servicios

Industrial

Restaurante

2.- ¿Está obligado a llevar contabilidad?

Si

No

3.- ¿Su emprendimiento cuenta con un área contable?

Si

No

4.- ¿Aproximadamente cuánto vendió el último año?

\$0 a \$10.000

\$10.001 a \$20.000

\$20.001 a \$30.000

\$30.0001 en adelante

5.- ¿Ha tenido alguna dificultad o llamado de atención con las entidades de control como el SRI, la Superintendencia de Compañías u otras, ¿en el último año?

Si

No

Tal vez

6.- ¿Contrato alguna vez servicios de asesoría tributaria para su emprendimiento?

Si

No

7.- ¿Cuánto invierte en asesoría tributaria en su emprendimiento?

\$0

\$1 a \$500

\$501 a \$900

\$901 a \$1100

\$1101 en adelante

8.- ¿Cuál medio utiliza para informarse sobre los servicios tributarios para su emprendimiento?

Internet

Tv

Radio

Periódico

Otros

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por asesoría tributaria para su emprendimiento mensualmente?

\$0 a \$300

\$301 a \$500

\$501 a \$700

\$701 en adelante

10.- ¿Qué empresas brindan estos servicios?

Empresas privadas

Fundaciones

Empresas publicas

Otros

3.6. Análisis de resultados

1.- ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su emprendimiento?

Tabla 1. Actividad de emprendimiento

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Comercio	90	23%
Servicios	80	21%
Industrial	30	8%
Restaurante	183	48%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

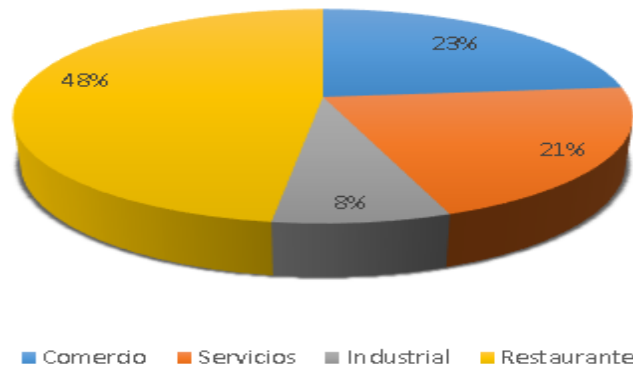


Figura 3. Actividad de emprendimiento
Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 1 realizada a los encuestados, el 48% indico que tienen un restaurante como emprendimiento, el 23% comercio, otro 21% indico de servicios y el ultimo 8% industrial.

2.- ¿Está en obligación de llevar contabilidad?

Tabla 2. Contabilidad obligatoria

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	300	78%
No	83	22%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

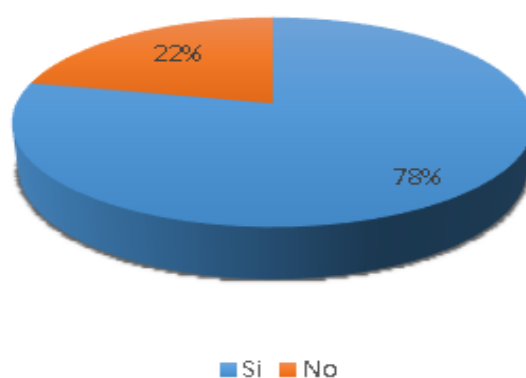


Figura 4. Contabilidad obligatoria

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

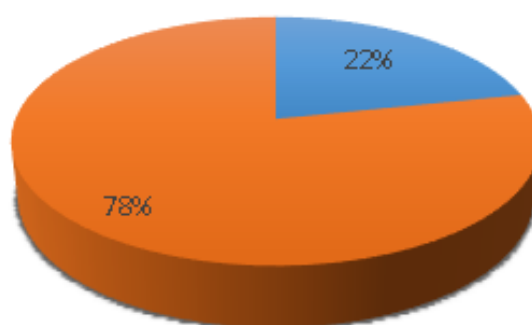
En la pregunta 2 realizada a los encuestados, el 78% indicó que sí están en la obligación de llevar contabilidad en su emprendimiento y el 22% indicó que no.

3.- ¿Su emprendimiento cuenta con un área contable?

Tabla 3. Área contable

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	83	22%
No	300	78%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)



■ Si ■ No

Figura 5. Área contable
Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 3 realizada a los encuestados, el 78% indicó que su emprendimiento no cuenta con un área contable y el 22% indicó que sí.

4.- ¿Aproximadamente cuánto vendió el último año?

Tabla 4. Ventas del último año

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$0 a \$10.000	150	39%
\$10.001 a \$20.000	100	26%
\$20.001 a \$30.000	70	18%
\$30.0001 en adelante	63	16%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

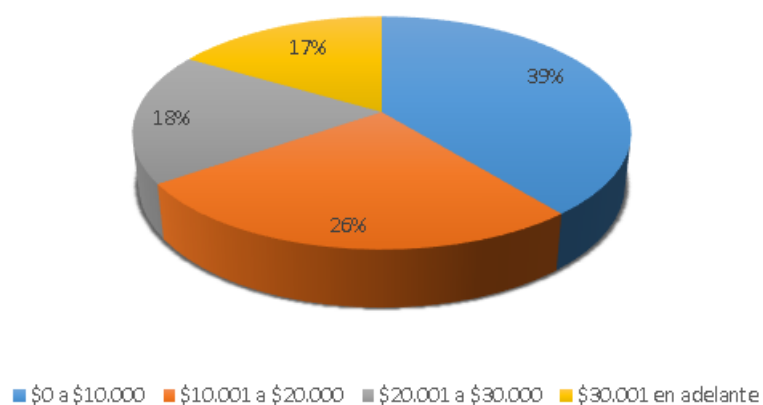


Figura 6. Ventas del último año
Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 4 realizada a los encuestados, el 39% indicó que aproximadamente se vendió de \$0 a \$10.000, otro 26% indicó de \$10.001 a \$20.000, un 18% de \$20.001 a \$30.000 y el último 6% de \$30.001 en adelante.

5.- ¿Ha tenido dificultades o quejas con autoridades reguladoras con la administración tributaria, gobierno corporativo u otras en el último año?

Tabla 5. Dificultades con autoridades reguladoras

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	250	65%
No	100	26%
Tal vez	33	9%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

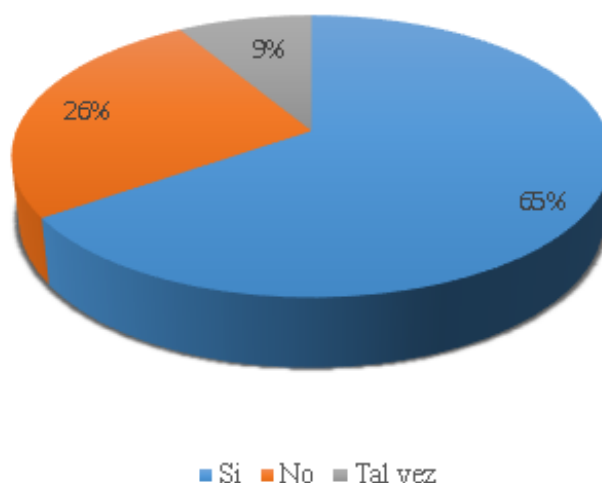


Figura 7. Dificultades con autoridades reguladoras

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 5 realizada a los encuestados, el 65% indico que si han tenido dificultades con autoridades reguladoras debido a la administración tributaria en el último año, otro 26% indico que no y el ultimo 9% tal vez.

6.- ¿Contrato alguna vez servicios de asesoría tributaria para su emprendimiento?

Tabla 6. Servicios tributarios

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	23	6%
No	360	94%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

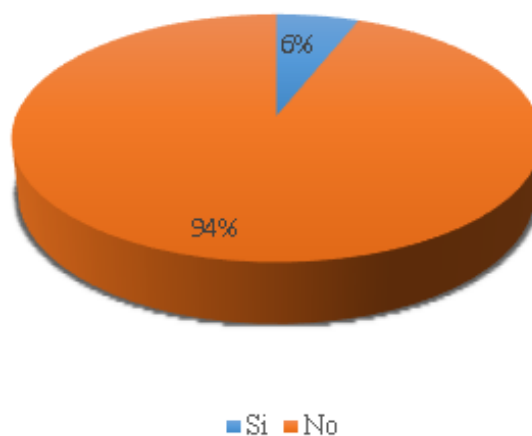


Figura 8. Servicios tributarios
Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 6 realizada a los encuestados, el 94% indicó que no se ha contratado servicios de asesoría tributaria en su emprendimiento y el 6% indicó que sí han contratado estos servicios.

7.- ¿Cuánto invierte en asesoría tributaria en su emprendimiento?

Tabla 7. Inversión en asesoría tributaria

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$0	360	94%
\$1 a \$500	23	6%
\$501 a \$900	0	0%
\$901 a \$1100	0	0%
\$1101 en adelante	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

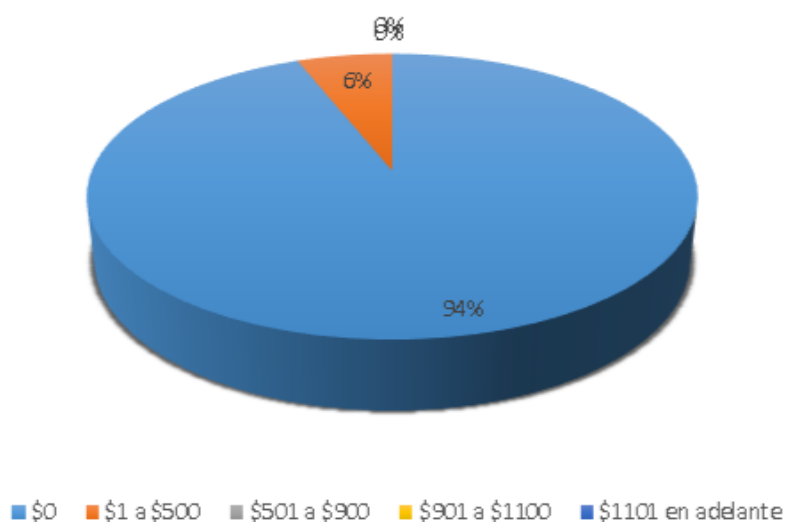


Figura 9. Inversión en asesoría tributaria
Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 7 realizada a los encuestados, el 94% indicó que han invertido \$0 en asesoría tributaria en su emprendimiento y el otro 6% indicó que de \$1 a \$500.

8.- ¿Cuál medio utiliza para informarse sobre los servicios tributarios para su emprendimiento?

Tabla 8. Medios de información

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Internet	250	65%
Tv	50	13%
Radio	35	9%
Periódico	30	8%
Otros	18	5%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

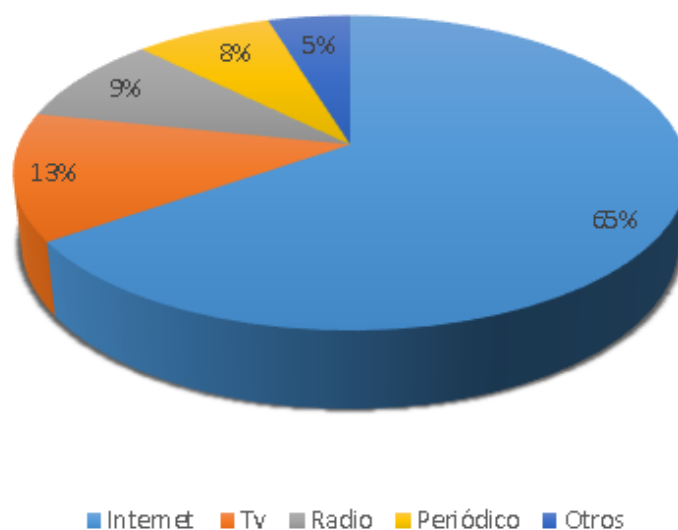


Figura 10. Medios de información

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 8 realizada a los encuestados, el 65% indicó que utilizaron el internet como medio para informarse sobre los servicios tributarios para su emprendimiento, el otro 13% indicó por Tv, un 9% radio, el otro 8% indicó mediante periódico y el último 5% Otros.

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por asesoría tributaria para su emprendimiento mensualmente?

Tabla 9. Pago mensual de servicio tributario

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$0 a \$500	330	86%
\$501 a \$900	53	14%
\$901 a \$1100	0	0%
\$1101 en adelante	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

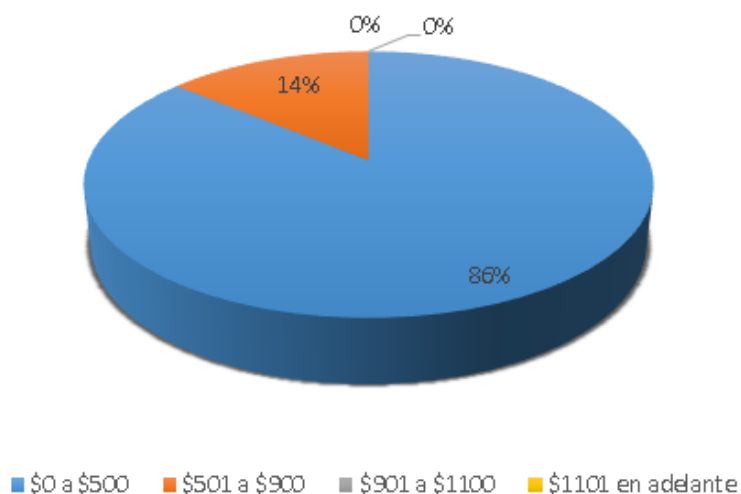


Figura 11. Pago mensual de servicio tributario

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 9 realizada a los encuestados, el 86% indico que estarían dispuesto a pagar de \$0 a \$500 por asesoría tributaria para su emprendimiento mensualmente y el otro 14% indico de \$501 a \$900 por el servicio.

10.- ¿Qué empresas brindan estos servicios de tributación?

Tabla 10. Empresas que brindan servicios de tributación

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Empresas privadas	340	89%
Fundaciones	30	8%
Empresas publicas	10	3%
Otros	3	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

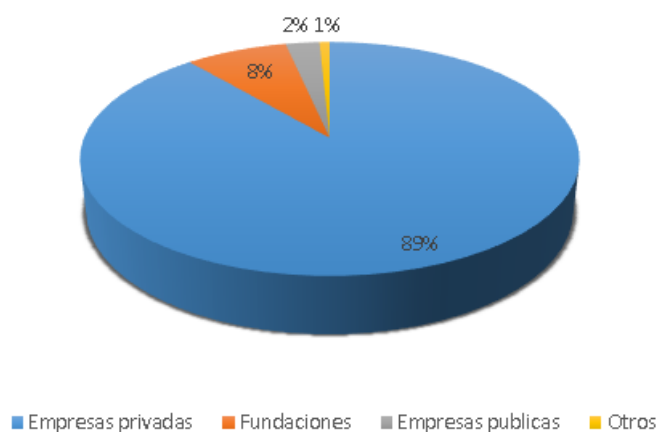


Figura 12. Empresas que brindan servicios de tributación
Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis

En la pregunta 10 realizada a los encuestados, el 89% indicó que las empresas que brindan estos servicios de tributación son privadas, el otro 8% fundaciones, un 3% indicó empresas públicas y el último 1% Otros.

Análisis PESTEL

Análisis político

La empresa contará con un ambiente político estable y favorable para determinar el tipo de actividad para la cual la firma cumplirá con las regulaciones gubernamentales y mantendrá todas las normas de seguridad y los permisos requeridos para una operación adecuada. trabajo de la empresa de servicios. A pesar de la estabilidad política del país,

los cambios por decisión del titular no son excepcionales, en cuyo caso pueden presenciar protestas o motines de otros partidos políticos por decisiones inconsistentes que hacen crítica la estabilidad política del país.

Análisis económico

El desarrollo económico de las microempresas avanza a través de inversiones en servicios de producción y comercialización. Los factores económicos que podrían afectar el segmento objetivo serían un aumento en los precios de los productos básicos que resultaría en precios de venta más altos, lo que afectaría el negocio o disminuiría las ventas/consumo como último recurso en la transacción.

Análisis sociocultural

La cultura del país acoge a residentes y extranjeros cuando comparten un objetivo común, como contribuir al dinamismo económico de la industria. Los residentes apoyan a organizaciones públicas o privadas que buscan mejorar su calidad de vida personal y profesional. El dinamismo de la economía pasa por sus habitantes, quienes se distinguen por personas excepcionales que trabajan constantemente.

Análisis tecnológico

En el campo de la asesoría tributaria en el que nos desenvolvemos, no hay mucho avance técnico, pues se necesita la parte intelectual, si bien la Empresa Administradora de Política Tributaria, el cual es un organismo que promueve la igualdad de procesos, prevé las obligaciones tributarias que ofrece a los ciudadanos ofrece, proyectos que les permiten certificar impuestos a través de plataformas digitales fáciles de usar.

Análisis PORTER

El poder de negociación de los clientes

El estudio encontró que los contribuyentes tienden a participar en contratos de servicios, así como un alto nivel de conocimiento de las mejores prácticas fiscales de la industria, lo que contribuye a su demanda. Cabe señalar que la oferta de estos servicios es

pequeña, aunque existe una necesidad básica. Sin embargo, creemos que el poder de negociación de los clientes es medio porque cuando están dispuestos a contratarlos, finalmente deciden si contratarlos o no.

La rivalidad de la industria

Existen pocas empresas que estén certificadas para brindar servicios de asesoría fiscal, con una alta concentración en ciudades como Guayaquil y Quito, principalmente servicios de asesoría contable. Tenga en cuenta que están conectados, pero algunos de ellos tienen más de una oficina.

Las amenazas de los nuevos entrantes

Según el Ministerio de Planificación y Desarrollo, más del 91,05% de la población del país tiene acceso a la educación, de los cuales el 10,02% tiene educación superior, que se enfoca principalmente en las carreras de educación, luego administración y medicina, que es intermediación comercial y servicios tributarios restringidos especialistas en conocimiento. Esto se considera un riesgo bajo, pero se debe tener en cuenta que el 20% de los jóvenes acceden a la educación superior, lo que puede aumentar el número de trabajadores calificados, lo que puede atraer la atención de futuros competidores (Castillo & Cabezas, 2010).

El poder de negociación de los proveedores

Como empresa dedicada a brindar servicios basados en el conocimiento y no en el procesamiento de materiales y/o recursos, los principales proveedores serán aquellos conectados a servicios básicos como agua potable, electricidad, teléfono e internet con el fin de brindar una oferta de alta calidad a los clientes y un ambiente de trabajo ideal para el talento humano. Por lo tanto, es posible alquilar un sitio que mejor se adapte a las necesidades de la empresa, utilizando los recursos que estos brinden. Por lo tanto, el poder de negociación del cliente se considera bajo.

Amenaza de los productos sustitutos

Hay personas que ofrecen servicios sin espacio comercial, pero un sitio que alberga una audiencia da más tranquilidad a los clientes y reduce los temores de fraude o incumplimiento de contrato. Esto se considera de bajo riesgo.

Análisis EFI

Tabla 11. Cuadro de análisis EFI

EFI	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Nueva aplicación comercial.	0,3	4	0,9
Compromiso con un entorno político estable y favorable.	0,18	4	0,5
Bajas inversiones en la infraestructura del tipo de empresa del proyecto.	0,1	4	0,4
Inexperiencia de los contribuyentes individuales.	0,23	4	0,7
Total	0,81		2,5

AMENAZAS			
El país no es inmune a los cambios políticos y económicos abruptos debido a las decisiones presidenciales y al descontento público.	0,3	4	0,9
La Administración Tributaria brinda capacitación gratuita.	0,06	3	0,16
Es más fácil usar plataformas digitales para declaraciones de impuestos.	0,06	4	0,16
Falta de conocimiento de las tributaciones.	0,06	4	0,16
Total	0,48		1,38
TOTAL	1,29		3,88

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Como se puede observar en la tabla, las fortalezas son mucho mayores que las debilidades por ende y de acuerdo al estudio realizado la probabilidad de éxito es mayor al de un hipotético fracaso. Según David Fred (2013), la empresa Consorcio Cabello & Molina S.A, poseerá una estructura interna más sólida, sin embargo, existen pequeñas debilidades que hay que fortalecer.

Una vez realizado el respectivo diagnóstico interno de la empresa Consorcio Cabello & Molina S.A. se puede concluir que la compañía, si contara con una cultura organizacional y con una respectiva filosofía empresarial. De acuerdo al análisis realizado de la filosofía empresarial de la empresa, se concluye que si existe una adecuada presentación de su misión y visión, puesto que, se cumplen los principios expuestos por David (2013) (2013) en su libro “Dirección estratégica” además de responder a las preguntas planteadas por Fleitman (2000) para la visión y a las interrogantes sugeridas por Philip Kotler y Gary Armstrong (2013) para la determinación de la misión.

En lo que respecta a su cultura organizacional, la empresa Consorcio Cabello & Molina S.A, está conformada en base a una estructura organizacional vertical, puesto que, se conforman de diversos departamentos a fin de establecer una división del trabajo por función de acuerdo a las actividades operativas y de transporte permitiendo una especialización que promueva la eficiencia de todas las áreas de la empresa. En este caso, se establecen diferentes niveles jerárquicos para facilitar el control y seguimiento de los trabajadores.

Análisis FODA

Análisis interno

Fortalezas

La empresa empleara a personal capacitado en contabilidad e impuestos para brindar servicios de consultoría.

La infraestructura de la empresa se encontrará estratégicamente.

La empresa prestará servicios de consultoría individual.

Tener información y conocimientos actualizados en temas tributarios.

Debilidades

La competencia principalmente son personas sin registro mercantil con fines consultivos.

La principal inversión en campañas publicitarias en medios de comunicación de promoción de los servicios ofrecidos.

Análisis externo

Oportunidades

Es un compromiso con un entorno político estable y favorable.

Nueva aplicación comercial.

Bajas inversiones en la infraestructura del tipo de empresa del proyecto.

Inexperiencia de los contribuyentes individuales.

Amenazas

El país no es inmune a los cambios políticos y económicos abruptos debido a las decisiones presidenciales y al descontento público.

La Administración Tributaria brinda capacitación gratuita.

Es más fácil usar plataformas digitales para declaraciones de impuestos.

FODA estratégico

Estrategia FO

Estrategia donde se relaciona las fortalezas con las oportunidades.

Tabla 12. Estrategia FO

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria en el sector de la microempresa	Fortalezas-F
Oportunidades-O	Estrategia-FO
	-La empresa empleara a personal capacitado en contabilidad e impuestos para brindar servicios de consultoría.
	-Inexperiencia de los contribuyentes individuales.

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Estrategia DO

Estrategia donde se relaciona las debilidades con las oportunidades

Tabla 13. Estrategia DO

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria en el sector de la microempresa	Debilidades-D
Oportunidades-O	Estrategia-DO
	- La competencia principalmente son personas sin registro mercantil con fines consultivos.
	- Nueva aplicación comercial.

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Estrategia FA

Estrategia donde se relaciona las fortalezas con las amenazas.

Tabla 14. Estrategia FA

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria en el sector de la microempresa	Fortalezas-F
Amenazas-A	Estrategia-FA

-La empresa prestará servicios de consultoría individual.

-Es más fácil usar plataformas digitales para declaraciones de impuestos.

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Estrategia DA

Estrategia donde se relaciona las debilidades con las amenazas.

Tabla 15. Estrategia DA

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria en el sector de la microempresa	Debilidades-D
Amenazas-A	Estrategia-DA

- La principal inversión en campañas publicitarias en medios de comunicación de promoción de los servicios ofrecidos.

- La Administración Tributaria brinda capacitación gratuita.

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Análisis general de resultados

Los servicios de consultoría tributaria utilizados en las empresas generalmente se enfocan en interacciones breves como gestión contable y financiera, usando navegación simple y gráficos para acomodar varios tamaños de pantalla, tales aplicaciones permiten una revisión rápida de la información en cualquier parte. Como tales son más adecuadas

para actividades como un chequeo de estado, una solicitud de información justo a tiempo o como una herramienta de respuesta al requerimiento del departamento contable de una empresa.

En la actualidad las empresas, independientemente del sector en el que compitan, también requieren involucrar información compleja, debido a que emplean múltiples aplicaciones para rastrear conjuntos de datos complicados o asignaciones completas que implican resolver problemas multidimensionales o que solo se encuentre en la empresa. Algunas funciones contienen elementos colaborativos, empleando una variedad de herramientas. Los esfuerzos para el diseño de un software suelen caer en categorías como la recopilación de datos o la aplicación de información basada en la ubicación.

Además, los nuevos procesos implementados para lograr los objetivos nacionales del buen vivir, que entre los cuales uno es desarrollar y optimizar la estrategia de cambio de la matriz productiva tiene como columna vertebral el conocimiento, la innovación, la ciencia y la tecnología. Tradicionalmente esos ámbitos han recibido una baja e insuficiente inversión para su desarrollo en los últimos gobiernos de turno.

En consecuencia, examinamos algunas de las especificaciones de los propietarios /gerentes de las medianas empresas, lo cual se logró determinar que estos no cuentan con una mayor conciencia estratégica en sus ventas y estrategias de ventas, lo que hace necesario para ellos que dentro de la posición actual aspiren a un mayor deseo de crecimiento y por ende requieren utilizar más información acerca de este tipo de accesorias en marketing.

Además, consideran que es importante el poder contar con intervención en la gestión estratégica por medio de una compañía de consultoría, así como una mayor delegación de la toma de decisiones, que ayudan al conducir a un mayor uso de la información.

En el caso de las microempresas no se sienten muy beneficiados porque se concentran en la inversión de una sola cantidad en el negocio. Por ello un consultor puede ayudar en todas las etapas, desde la puesta en marcha hasta la venta de las medianas empresas, la fusión con otro tipo de negocio o la adquisición de otro, y la mejor forma de gestionar su transición, en función del largo plazo.

CAPITULO IV

PROPUESTA

4.1. Idea del negocio

Creación de una empresa que brinde asesoramiento de tributación en el área de las microempresas. La empresa tendrá como nombre “Consortio Cabello & Molina S.A.”

4.2. Descripción del negocio

La empresa brindará asesoría tributaria a los microempresarios con personal capacitado cuya tarea será promover el cumplimiento de las normas establecidas por la ley.

4.2.1. Logotipo



*Figura 13. Logotipo de Cabello & Molina consorcio S.A.
Fuente: Cabello & Molina, (2022)*

4.2.2. Clasificación

En cuanto a la actividad económica, se hace referencia al sector servicios, ya que la oferta es inmaterial a las necesidades de la población y microempresas, ya que no supera el límite de 10 empleados límite legal para el precio de venta estimado.

4.2.3. Ubicación

La sede de la empresa estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, específicamente en el sector centro de la ciudad.

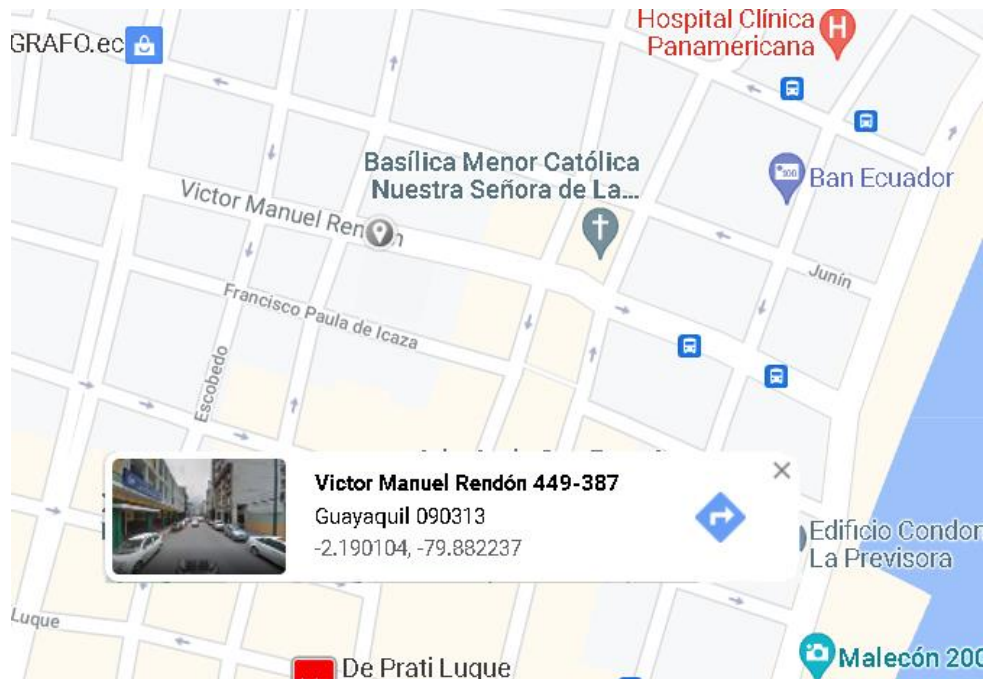


Figura 14. Ubicación de Cabello & Molina consorcio S.A.
Fuente: Google Maps.

4.3. Misión

Ampliar y mejorar la cultura sobre la tributación que manejan las microempresas con un asesoramiento experto eficaz y actualizado.

4.4. Visión

En el primer semestre del año cubrirá al 10% de la población de microempresas tras la apertura al reconocimiento como servicio profesional de impuestos.

4.5. Objetivos

Brindar a los microempresarios el asesoramiento adecuado sobre cómo cumplir adecuadamente con la normativa fiscal y contable mediante la aplicación de procesos robustos a todas las necesidades expresadas por el cliente.

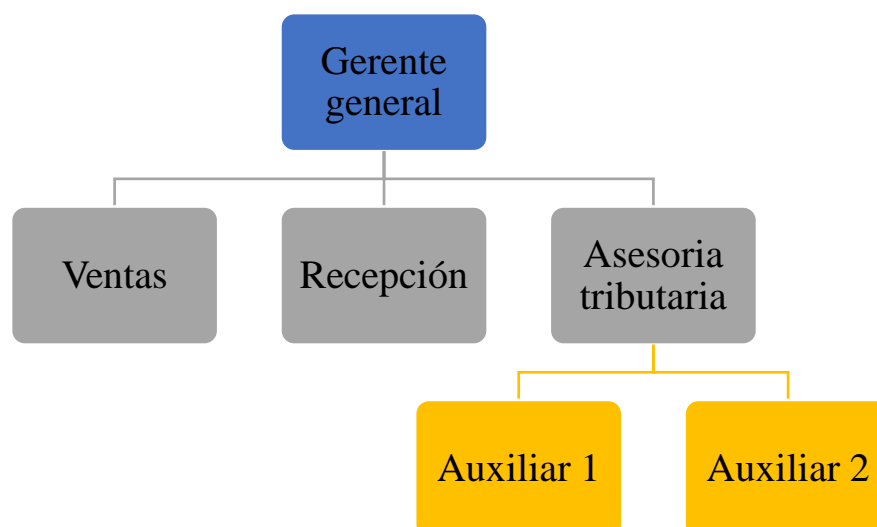
4.6. Valores

La empresa tendrá valores organizacionales que inspirarán la confianza de los clientes potenciales y se convertirán en una fuerza para hacer negocios fáciles.

- Lealtad. - para el grupo de trabajo que construye la organización y para nuestros clientes.
- Deber. - Dedicación a que el trabajo a realizar inspire confianza y comodidad a nuestros clientes.
- Perfección. - La máxima calidad de los servicios ofrecidos, lo que asegura un alto nivel de satisfacción del cliente.

4.7. Estructura administrativa

Organigrama



*Figura 15. Organigrama de la empresa Cabello & Molina consorcio S.A.
Fuente: Cabello & Molina, (2022)*

Perfil de puesto

Gerente general

Tiene a su cargo la representación legal, las políticas internas y todos los deberes y poderes necesarios para la óptima gestión de la empresa. Requerido: Especialización superior en contabilidad, impuestos o administración, experiencia en cargos similares, conocimientos de contabilidad y impuestos, finanzas, administración, mercadeo, recursos humanos y temas legales.

Asesoría tributaria

Es responsable de trabajar con los clientes, mantener el control y el orden de los empleados, así como las tareas a realizar y su puntualidad, ya que su principal función en la empresa es atender las necesidades. A él se dirigen el director gerente, el asesor fiscal, los asistentes y el síndico. Requisitos: Licenciatura en Administración de Empresas, Contador Público, al menos 2 años de experiencia en puestos comparables, capacidad para planificar, organizar y tomar decisiones en el lugar de trabajo, resiliencia, conocimiento de análisis e informes financieros, contabilidad general y facturación, plataformas de automatización para oficinas administrativas.

Auxiliares

Es responsable de la organización, clasificación y verificación de la documentación necesaria para prestar el servicio solicitado por el cliente, la elaboración de formularios, el desarrollo de aplicaciones y la publicación de información en las plataformas utilizadas por la empresa. Requisitos: Educación o capacitación / cursos en contabilidad, experiencia mínima en puestos comparables en las áreas operativas de contabilidad, conocimiento de principios contables, hojas de cálculo, ingreso de datos, manejo de plataforma de oficina.

Recepción

El primer contacto que la empresa brinda al cliente se encarga de crear un ambiente confortable, teniendo en cuenta las necesidades indicadas por el cliente, servicios publicitarios e información sobre la conveniencia de los profesionales. Prerrequisitos: Estudiar en la universidad o con descansos, trabajo al final del semestre, conocimiento del espacio de oficina, vocabulario adecuado, buena asistencia, organización, habilidades administrativas, capacidad para controlar y resolver conflictos en el lugar de trabajo.

Área de ventas

Las ventas son el motor de las estrategias comerciales de toda empresa. Además, es responsable de cronometrar la producción; prevenir problemas financieros de la

empresa y asegurar su expansión a nuevos mercados. Este departamento es responsable de mantener buenas relaciones entre la empresa y sus clientes.

4.8. Políticas de la empresa

- Están abiertos 8 horas al día, de lunes a viernes, de 8 am a 5 pm, con una hora de descanso para el almuerzo.
- El uniforme se distribuye a los empleados una vez al año.
- Emitimos consultores con una tarifa de movilización.
- Todos los empleados son responsables de la limpieza de la superficie de trabajo y el mantenimiento de cualquier equipo especial proporcionado por la empresa para uso oficial.
- Contribuir a crear un ambiente de trabajo lleno de armonía, respeto, tolerancia en el trabajo y especialmente entre los clientes.

4.9. Marketing Mix

Servicios

La empresa brindara una variedad de servicios de asesoría fiscal a microempresarios.

Servicios al usuario:

- Actualizar contabilidad
- Estado de cuenta

Impuesto:

- SRI
- Actualizar el RUC
- Planificación financiera y diagnóstico

- Preparación y presentación de declaraciones de impuestos
- Preparación de una solicitud de devolución de impuestos
- Preparación y presentación de solicitudes.
- Verificar y controlar el cumplimiento de las normas legales.

Clientes

La compañía atenderá al segmento microempresas.

Plaza

La empresa está diseñada para brindar sus servicios en un taller que cuenta con la infraestructura adecuada para la empresa y está estratégicamente ubicado cerca del distrito comercial de la ciudad, para que los clientes puedan acudir fácilmente y ordenar los servicios de acuerdo con sus necesidades.

Precio

Para determinar el precio de los servicios de consultoría, la cual muestra que la tarifa promedio por servicios de consultoría es de \$151.

Políticas de precios

La forma de pago para el asesoramiento contable o fiscal sólo se acepta en efectivo.

Promoción

- Medios publicitarios

El crear medios de comunicación son adecuados para interactuar con los clientes, distribuir cuentas y brindar asesoramiento fiscal. El canal a través del cual se presta el servicio es directo, se informa a los clientes de la empresa.

- Redes sociales

Esta herramienta se considera una plataforma que puede comunicarse con personas e instituciones de forma rápida y económica, es una de las formas más utilizadas para proporcionar expresión de opinión instantánea e ilimitada en la actualidad.

- Prensa

Esta herramienta de comunicación es una de las más valiosas de la industria ya que su principal función es informar, enseñar y apoyar. Si bien su percepción está influenciada por las redes sociales o los medios electrónicos, tiene una forma de llegar a través de cada sección del anuncio a lectores que están acostumbrados a buscar información para generar confianza para resolver diferentes situaciones. Se publicarán anuncios mensualmente promocionando sus servicios y campañas.

4.10. Análisis financiero

Un plan de inversión es un valor que se necesita para la adquisición de activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo que se requiere para la adquisición de equipos y materiales para que la empresa pueda iniciar su actividad comercial.

Tabla 16. Inversión

DETALLE	Cant.	V. unitario	Valor total
Escritorios	3	\$175,00	\$525,00
Sillas giratorias	3	\$50,00	\$150,00
Archivadores	2	\$125,00	\$250,00
Sillas de espera	2	\$110,00	\$220,00
Subtotal			\$1.145,00
Imprevistos 5 % Al final			\$57,25
Total			\$1.202,25
Teléfonos inalámbricos	3	\$75,00	\$225,00
Calculadora estándar	1	\$50,00	\$50,00
Subtotal			\$275,00
Imprevistos 5 %			\$13,75
Total			\$288,75

Computadoras de escritorio	3	\$720,00	\$2.160,00
Computadoras portátiles	1	\$650,00	\$650,00
Copiadora	1	\$600,00	\$600,00
Impresora	1	\$220,00	\$220,00
Subtotal			\$3.630,00
Imprevistos 5 %			\$181,50
Total			\$3.811,50

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

El capital de trabajo, también conocido como capital de trabajo neto (NWC), es la diferencia entre los activos actuales de una empresa, como efectivo, cuentas por cobrar (facturas impagas de los clientes) e inventarios de materias primas y productos terminados, y sus pasivos actuales, como cuentas por pagar. El capital de trabajo operativo neto es una medida de la liquidez de una empresa y se refiere a la diferencia entre los activos corrientes operativos y los pasivos corrientes operativos.

Tabla 17. Inversión en capital de trabajo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR POR MES	TOTAL A 3 MESES
Útiles de oficina	1	\$150,00	\$450,00
Líquidos de limpieza No detallar	1	\$25,00	\$75,00
Desinfectante	1	\$6,00	\$18,00
Escobas	2	\$3,80	\$11,40
Dispensador de jabón líquido	2	\$5,00	\$15,00
Dispensador de papel sanitario	3	\$4,50	\$13,50
Publicidad y promoción	1	\$150,00	\$450,00
Arriendo	1	\$500,00	\$1.500,00
Sueldos y salarios	1	\$2.000,00	\$6.000,00
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		\$2.844,30	\$8.532,90

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

El capital de trabajo es entonces la medida de la liquidez de la empresa, la eficiencia operativa y la salud financiera a corto plazo. Si la empresa tiene un capital de trabajo positivo sustancial, entonces debería tener el potencial de invertir y crecer. Si los activos actuales de la empresa no exceden sus pasivos actuales, entonces puede tener problemas para crecer o pagar a los acreedores.

Los legales en inversión representan los costos que han ocurrido, pero debido a ciertas circunstancias, los costos se pueden informar como gastos en un momento posterior. Una de estas circunstancias es la garantía de los reguladores de una compañía eléctrica de que los costos que se diferirán serán recuperables mediante aumentos en las tarifas futuras de la compañía.

Tabla 18. Legales en inversión

DETALLE	Valor total
Tramites de superintendencia de compañías	\$800,00
Permiso de funcionamiento en cuerpo de bomberos	\$20,00
Patente municipal	\$250,00
SRI	\$35,00
Subtotal	\$1.105,00
Imprevistos 5 %	\$165,75
Total	\$1.270,75

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Tabla 19. Inversión inicial

DETALLE	VALORES
Activos Fijos	\$5.302,50
Activo Diferido	\$1.270,75
Capital de Trabajo	\$8.532,90
INVERSIÓN TOTAL	\$15.106,15

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Forma de financiamiento

El este punto se tratará el financiamiento de recursos necesarios para la obtención de los bienes para el funcionamiento de la empresa. Para financiar el total del proyecto se necesitará el aporte de los socios, efectivo, bienes muebles e inmuebles y para solventar los gastos restantes se realizará un préstamo hipotecario en una institución financiera.

Actualmente le impulsador de este plan de negocios cuenta con el 35% de la inversión inicial, por ende, se optará por financiar el 65% restante del valor inicial con la banca pública en este caso con el BanEcuador.

Tabla 20. Plan de financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO	
Inversión Inicial	\$15.106,15
(-) Capital Propio	\$5.287,15
Valor a Financiar	\$9.819,00
Tasa	10%
Tiempo	60
Pago	\$208,62

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Tabla 21. Descripción del mantenimiento

Descripción	Total	Parcial	Total (%)
Recursos Propios	\$5.287,15	35,00	35,00
Efectivo	\$5.287,15	35,00	35,00
Préstamo privado	\$9.819,00	70,00	65,00
TOTAL	\$15.106,15		100

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Dicho financiamiento se pagará a cinco años es decir sesenta meses con un pago mensual de \$208.62.

Tabla 22. Matriz de amortización

PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$9.819,00
1	\$208,62	\$81,83	\$126,80	\$9.692,20
2	\$208,62	\$80,77	\$127,86	\$9.564,34
3	\$208,62	\$79,70	\$128,92	\$9.435,42
4	\$208,62	\$78,63	\$130,00	\$9.305,43
5	\$208,62	\$77,55	\$131,08	\$9.174,35
6	\$208,62	\$76,45	\$132,17	\$9.042,17
7	\$208,62	\$75,35	\$133,27	\$8.908,90
8	\$208,62	\$74,24	\$134,38	\$8.774,52
9	\$208,62	\$73,12	\$135,50	\$8.639,01
10	\$208,62	\$71,99	\$136,63	\$8.502,38
11	\$208,62	\$70,85	\$137,77	\$8.364,61
12	\$208,62	\$69,71	\$138,92	\$8.225,69

13	\$208,62	\$68,55	\$140,08	\$8.085,61
14	\$208,62	\$67,38	\$141,24	\$7.944,37
15	\$208,62	\$66,20	\$142,42	\$7.801,95
6	\$208,62	\$65,02	\$143,61	\$7.658,34
17	\$208,62	\$63,82	\$144,81	\$7.513,53
18	\$208,62	\$62,61	\$146,01	\$7.367,52
19	\$208,62	\$61,40	\$147,23	\$7.220,29
20	\$208,62	\$60,17	\$148,46	\$7.071,84
21	\$208,62	\$58,93	\$149,69	\$6.922,14
22	\$208,62	\$57,68	\$150,94	\$6.771,20
23	\$208,62	\$56,43	\$152,20	\$6.619,00
24	\$208,62	\$55,16	\$153,47	\$6.465,54
25	\$208,62	\$53,88	\$154,75	\$6.310,79
26	\$208,62	\$52,59	\$156,03	\$6.154,76
27	\$208,62	\$51,29	\$157,34	\$5.997,42
28	\$208,62	\$49,98	\$158,65	\$5.838,78
29	\$208,62	\$48,66	\$159,97	\$5.678,81
30	\$208,62	\$47,32	\$161,30	\$5.517,51
31	\$208,62	\$45,98	\$162,65	\$5.354,86
32	\$208,62	\$44,62	\$164,00	\$5.190,86
33	\$208,62	\$43,26	\$165,37	\$5.025,49
34	\$208,62	\$41,88	\$166,75	\$4.858,75
35	\$208,62	\$40,49	\$168,14	\$4.690,61
36	\$208,62	\$39,09	\$169,54	\$4.521,08
37	\$208,62	\$37,68	\$170,95	\$4.350,13
38	\$208,62	\$36,25	\$172,37	\$4.177,75
39	\$208,62	\$34,81	\$173,81	\$4.003,94
40	\$208,62	\$33,37	\$175,26	\$3.828,68
41	\$208,62	\$31,91	\$176,72	\$3.651,97
42	\$208,62	\$30,43	\$178,19	\$3.473,77
43	\$208,62	\$28,95	\$179,68	\$3.294,10
44	\$208,62	\$27,45	\$181,17	\$3.112,92
45	\$208,62	\$25,94	\$182,68	\$2.930,24
46	\$208,62	\$24,42	\$184,21	\$2.746,03
47	\$208,62	\$22,88	\$185,74	\$2.560,29
48	\$208,62	\$21,34	\$187,29	\$2.373,00
49	\$208,62	\$19,78	\$188,85	\$2.184,15
50	\$208,62	\$18,20	\$190,42	\$1.993,73
51	\$208,62	\$16,61	\$192,01	\$1.801,72
52	\$208,62	\$15,01	\$193,61	\$1.608,11
53	\$208,62	\$13,40	\$195,22	\$1.412,89

54	\$208,62	\$11,77	\$196,85	\$1.216,04
55	\$208,62	\$10,13	\$198,49	\$1.017,54
56	\$208,62	\$8,48	\$200,15	\$817,40
57	\$208,62	\$6,81	\$201,81	\$615,59
58	\$208,62	\$5,13	\$203,49	\$412,09
59	\$208,62	\$3,43	\$205,19	\$206,90
60	\$208,62	\$1,72	\$206,90	\$0,00

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Detalle de costos

Para algunas empresas, los costos totales de fabricación de un producto se enumeran bajo el costo de los bienes vendidos, que es el total de los costos directos involucrados en la producción.

Tabla 23. Detalle de costos

MATERIA PRIMA Y MATERIALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hojas	\$7,67	\$10,11	\$11,83	\$13,59	\$15,40
Contenedores	\$47,51	\$65,81	\$78,69	\$85,93	\$97,51
Sorwik	\$20,77	\$27,37	\$32,03	\$36,81	\$41,71
Aomas	\$0,48	\$0,63	\$0,74	\$0,85	\$0,96
Cinta adhesiva	\$0,52	\$0,68	\$0,80	\$0,92	\$1,04
Etiquetas	\$0,40	\$0,53	\$0,62	\$0,71	\$0,80
Alcohol	\$1,36	\$1,79	\$4,19	\$2,41	\$2,73
Guantes	\$0,52	\$0,68	\$0,80	\$0,92	\$1,04
Mascarrillas	\$18,77	\$25,37	\$30,03	\$34,81	\$39,71
Sellos	\$11,52	\$15,19	\$17,77	\$20,42	\$23,14
TOTAL M. PRODUCCIÓN	\$109,50	\$148,17	\$177,49	\$197,35	\$224,06

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

El salario anual es la cantidad de dinero que su empleador le paga a lo largo de un año a cambio del trabajo que realiza. El salario generalmente es solo en efectivo y no incluye compensación no en efectivo. Ciertos planes de jubilación basan su límite de contribución en la cantidad de compensación que gana.

Tabla 24. Materiales directos

Descripción	Cant.	V. unitario	V. total
Sobres manila	20	\$0,10	\$2,00
Grapadora	1	\$3,54	\$3,54
Perforadora	1	\$4,10	\$4,10
Esferos	5	\$0,40	\$2,00
Lápices	5	\$0,43	\$2,15
Archivadores de carpetas	5	\$1,88	\$9,40
Separadores plásticos	2	\$0,23	\$0,46
Subtotal			\$23,65
Imprevisto 5%			\$1,18
TOTAL			\$24,83

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Detalle de gastos

Están integrados sólo por los costos cuya magnitud cambia en razón directa de los aumentos o disminuciones registrados en el volumen de producción (García, 2008)

Se detallan a continuación los servicios básicos de los que hará uso el taller para el normal funcionamiento de sus operaciones de servicio:

Tabla 25. Servicios básicos

Descripción	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	20,00	\$240,00
Luz	25,00	\$300,00
Internet	25,00	\$300,00
Subtotal		\$840,00
Imprevisto 5%		\$42,00
Total		\$882,00

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Proyección de costos

En el caso de estos costos en el presente plan de negocios incluye materiales directos, como materias primas y mano de obra directa para la planta de fabricación.

Tabla 26. Costos totales proyectados

Rubros	Vida útil del proyecto				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Variable	\$36.299,98	\$38.452,06	\$39.275,15	\$40.107,63	\$40.966,27

MO
MP
CIF

Costos directos- Mat					
Prima y Materiales	\$109,50	\$148,17	\$177,49	\$197,35	\$224,06
Mano de obra directa	\$14.288,00	\$16.094,78	\$16.577,62	\$17.074,95	\$17.587,20
Costos indirectos	\$21.902,48	\$22.209,11	\$22.520,04	\$22.835,32	\$23.155,01

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Detalles de gastos

Un gasto es el costo de las operaciones en que incurre una empresa para generar ingresos. Como dice el dicho popular, "cuesta dinero ganar dinero".

Los gastos comunes incluyen pagos a proveedores, salarios de empleados, arrendamientos de fábricas y depreciación de equipos. Las empresas pueden cancelar los gastos deducibles de impuestos en sus declaraciones de impuestos para reducir sus ingresos imponibles y, por lo tanto, su responsabilidad fiscal.

Tabla 27. Gastos administrativos

CARGOS	#	SUELDO BASE MENSUAL	SUELDO UNIFICADO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	MENSUAL	ANUAL
Gerente	1	\$1.000,00	\$1.000,00	\$83,33	\$32,83	\$41,67	\$1.157,83	\$13.894,00

**Contador
externo
(servicio
profesional,
USD 200)**

TOTAL	1	\$1.000,00	\$1.000,00	\$83,33	\$32,83	\$41,67	\$1.157,83	\$13.894,00
--------------	----------	-------------------	-------------------	----------------	----------------	----------------	-------------------	--------------------

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Tabla 28. Gastos administrativos proyectados

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$13.894,00	\$15.688,96	\$16.159,63	\$16.644,42	\$17.143,75
Total	\$13.894,00	\$15.688,96	\$16.159,63	\$16.644,42	\$17.143,75

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Tabla 29. Gastos de ventas

Descripción	Frecuencia	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Marketing	Mensual	\$80,00	\$960,00
SUBTOTAL			\$960,00
Imprevisto 5%			\$48,00
TOTAL			\$1.008,00

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Tabla 30. Gastos financieros

AÑOS	INTERES ANUAL
1	578,11
2	288,18
3	127,56
4	237,56
5	357,56

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Proyección de gastos

Tabla 31. Gastos proyectados

Rubros	Vida útil del proyecto				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Fijo	15.734,26	\$17.253,41	\$17.577,76	\$18.187,06	\$18.821,10
Gastos administrativos	13.894,00	\$15.688,96	\$16.159,63	\$16.644,42	\$17.143,75
Gastos de ventas Sueldo, publicidad y comisiones	1.008,00	\$1.022,11	\$1.036,42	\$1.050,93	\$1.065,64
Gastos financieros	578,11	\$288,18	\$127,56	\$237,56	\$357,56

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Cálculo de ingresos

Tabla 32. Consultorías

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$72.500,00	\$72.587,00	\$72.710,40	\$72.848,55	\$73.016,10
TOTAL	\$72.500,00	\$72.587,00	\$72.710,40	\$72.848,55	\$73.016,10

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Flujo de caja

Tabla 33. Estado de flujo de efectivo

PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0,00	\$72.500,00	\$72.587,00	\$72.710,40	\$72.848,55	\$73.016,10
Costo de producción	\$0,00	\$36.299,98	\$38.452,06	\$39.275,15	\$40.107,63	\$40.966,27
Gastos Administrativos		\$13.894,00	\$15.688,96	\$16.159,63	\$16.644,42	\$17.143,75
Sueldo gerente		\$13.894,00	\$15.688,96	\$16.159,63	\$16.644,42	\$17.143,75

Gastos de Ventas		\$1.008,00	\$1.022,11	\$1.036,42	\$1.050,93	\$1.065,64
Publicidad y } +promoción		\$1.008,00	\$1.022,11	\$1.036,42	\$1.050,93	\$1.065,64
Gastos Financieros		\$910,19	\$743,35	\$559,03	\$355,42	\$130,49
Interés del préstamo	\$0,00	\$910,19	\$743,35	\$559,03	\$355,42	\$130,49
Otros Gastos						
Depreciación	\$0,00	\$1.419,60	\$1.419,60	\$1.419,60	\$149,10	\$149,10
Total gastos		\$17.231,79	\$18.874,02	\$19.174,69	\$18.199,87	\$18.488,99
Flujo antes de participación	\$0,00	\$18.968,23	\$15.260,92	\$14.260,56	\$14.541,05	\$13.560,84
Participación de trabajadores		\$2.845,23	\$2.289,14	\$2.139,08	\$2.181,16	\$2.034,13
Flujo antes de impuesto		\$16.123,00	\$12.971,79	\$12.121,48	\$12.359,89	\$11.526,71
Impuesto a la renta		\$3.547,06	\$2.853,79	\$2.666,72	\$2.719,18	\$2.535,88
Flujo después de impuesto		\$12.575,94	\$10.117,99	\$9.454,75	\$9.640,72	\$8.990,84
(+) Depreciaciones		\$1.419,60	\$1.419,60	\$1.419,60	\$149,10	\$149,10
(-) Pago de Capital Préstamo		-\$1.593,31	-\$1.760,15	-\$1.944,46	-\$2.148,07	-\$2.373,00
Capital de trabajo	\$8.532,90	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	
Activos Fijos en inversión	\$5.302,50	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flujo de Efectivo Neto	-\$13.835,40	\$12.402,23	\$9.777,44	\$8.929,89	\$7.641,74	\$6.766,93

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Estado de resultados proyectados

Tabla 34. Estado de resultado integral

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
VENTAS NETAS	\$ 72.500,00	\$ 72.587,00	\$ 72.710,40	\$ 72.848,55	\$ 73.016,10
Costos de Prestación de Servicio	\$ 36.299,98	\$ 38.452,06	\$ 39.275,15	\$ 40.107,63	\$ 40.966,27
UTILIDAD					
BRUTA	\$ 36.200,02	\$ 34.134,94	\$ 33.435,25	\$ 32.740,92	\$ 32.049,82
GASTOS					
OPERACIONALES					
Gastos					
Administrativos	\$ 13.894,00	\$ 15.688,96	\$ 16.159,63	\$ 16.644,42	\$ 17.143,75
Sueldo gerente					
Comisiones	\$ 13.894,00	\$ 15.688,96	\$ 16.159,63	\$ 16.644,42	\$ 17.143,75
Gastos De Ventas	\$ 1.008,00	\$ 1.022,11	\$ 1.036,42	\$ 1.050,93	\$ 1.065,64
Publicidad y promoción					
Sueldo Vendedor					
Comisiones	\$ 1.008,00	\$ 1.022,11	\$ 1.036,42	\$ 1.050,93	\$ 1.065,64
Gastos Financieros	\$ 910,19	\$ 743,35	\$ 559,03	\$ 355,42	\$ 130,49
Interés del préstamo	\$ 910,19	\$ 743,35	\$ 559,03	\$ 355,42	\$ 130,49
Otros Gastos	\$ 1.419,60	\$ 1.419,60	\$ 1.419,60	\$ 149,10	\$ 149,10

Depreciación	\$ 1.419,60	\$ 1.419,60	\$ 1.419,60	\$ 149,10	\$ 149,10
Total Gastos	\$ 17.231,79	\$ 18.874,02	\$ 19.174,69	\$ 18.199,87	\$ 18.488,99
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 18.968,23	\$ 15.260,92	\$ 14.260,56	\$ 14.541,05	\$ 13.560,84
Participación de trabajadores (15%)	\$ 2.845,23	\$ 2.289,14	\$ 2.139,08	\$ 2.181,16	\$ 2.034,13
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 3.547,06	\$ 2.853,79	\$ 2.666,72	\$ 2.719,18	\$ 2.535,88
UTILIDAD NETA	\$ 12.575,94	\$ 10.117,99	\$ 9.454,75	\$ 9.640,72	\$ 8.990,84

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

EVALUACION FINANCIERA

Indicadores

Como se observa en la siguiente tabla, el TIR tiene un resultado del 58.61% lo que indica que existe rentabilidad en el desarrollo de este plan de negocios, asimismo, se observa que el VAN tiene un resultado por encima de \$20.000, teniendo en cuenta estos indicadores, se pone en evidencia la factibilidad de este plan.

Tabla 35. TIR y VAN

TIR Y VAN	
TMAR	12,00%
TIR	58,61%
VAN	\$20.084,86

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Costo beneficio

La relación costo beneficio describe la comparación de los beneficios y los costos de un curso de acción en una situación dada. La ecuación de costo-beneficio es simplemente los costos del proyecto divididos en los retornos anticipados. Si el ingreso proyectado es mayor que el costo proyectado, la relación es positiva. Sin embargo, la fórmula para el análisis de costo-beneficio tiene en cuenta variables como la inflación y otros principios de descuento.

Tabla 36. Costo beneficio

RELACIÓN COSTO BENEFICIO				
Nro.	INVERSION	INGRESOS	COSTOS	FNE
0	- 13.835,40	-	-	- 13.835,40

1		72.500,00	53.531,77	18.968,23
2		72.587,00	57.326,08	15.260,92
3		72.710,40	58.449,84	14.260,56
4		72.848,55	58.307,50	14.541,05
5		73.016,10	59.455,26	13.560,84

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Tabla 37. Obtención de RBC

INGRESOS	\$363.662,04
COSTOS	\$287.070,44
COSTOS+INV	\$273.235,04
RBC	1,33

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Se obtiene como costo beneficio un total de 1.33 centavos, es decir que, por cada dólar invertido, la empresa tendrá una ganancia de 1.33 centavos de dólares.

Periodo de recuperación

El período de recuperación de la inversión es el tiempo en que se espera recuperar el desembolso inicial de una inversión a través de las entradas de efectivo generadas por la inversión. Es una de las técnicas de evaluación de inversiones más simples.

Tabla 38. Payback

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		\$12.402,23	\$9.777,44	\$8.929,89	\$7.641,74	\$6.766,93
Inversión Fija	-\$5.302,50					
Inversión Corriente	-\$8.532,90					
Resultado	-\$13.835,40	\$12.402,23	\$9.777,44	\$8.929,89	\$7.641,74	\$6.766,93
Saldo de Flujo de Caja	-13.835,40	-1.433,17	8.344,27	17.274,16	24.915,90	31.682,83

Fuente: Cabello & Molina, (2022)

Como lo evidencia la tabla anterior, la empresa recuperará su inversión al término del segundo año, llegando a tener una rentabilidad de aproximadamente 8 mil dólares.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El servicio que ofrece Asesoría Tributaria Consorcio Cabello & Molina S.A. concluyó después del uso de técnicas de investigación que la creación de empresa cuenta con alta demanda de microempresarios en la ciudad de Guayaquil que necesitan asesoría tributaria para realizar diferentes procesos a tiempo sin dificultades con autoridades reguladoras.

Consorcio Cabello & Molina S.A., identificó la necesidad de los microempresarios con negocios que tienen pocos años en el mercado y no cuentan con recursos económicos suficientes para adquirir el servicio, debe existir una facilidad de pago para que puedan obtenerlo que les será de gran ayuda lo que permite que la empresa pueda posicionarse en el sector de microempresas.

Se determinó que el proyecto es totalmente factible que se encuentra reflejada en el estudio financiero realizado con un VAN positivo de \$20.084,86 y una tasa interna de retorno de 58,61%, esto quiere decir que la recuperación de la inversión es superior a la tasa de descuento menor, asimismo, en lo que respecta al valor actual neto, se tiene un valor presente que al ser un valor positivo muestra que existe una utilidad, la inversión se la recuperara al término del segundo año de inversión.

Recomendaciones

En años posteriores todo cliente de Consorcio Cabello & Molina S.A. deberá contar con una base de datos de empresas medianas y pequeñas debido a que son cada vez más las empresas quienes los implementan promocionando el servicio de Consorcio Cabello & Molina S.A., y por estar razón son más competentes y eficientes en su gestión, creando un mercado potencial a futuro.

Se recomienda diseñar un sistema contable que cuente con funciones básicas para microempresas como lo es el módulo contable (Facturación, Bancos, Inventario, Contabilidad), tributario, facturación electrónica, RRHH, entre otros.

Se sugiere además que el equipo de trabajo de Consorcio Cabello & Molina S.A. promocionar la apertura del negocio con publicaciones de los servicios contables y tributarios en redes sociales o por medios de comunicación.

Para un eficiente servicio al cliente se debe mantener un contacto permanente con el equipo de trabajo de manera que el mismo pueda consultar sobre el avance de su consultoría, a través de un call-center, medios electrónicos.

Bibliografía

Arévalo, J. (2012). "CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE, TRIBUTARIA Y FINANCIERA PARA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS –MIPYMES- EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Baque, J., & Chilán, D. (2018). *Plan de Negocios para la creación de una empresa de servicios contables y tributarios en la ciudad de Guayaquil.*

Caldas, M., Carrión, R., & Heras, A. (2017). *Plan de inversiones y plan de financiación (Empresa e iniciativa emprendedora).* Editex.

Cantos, M., Sánchez, E., Tigua, G., & Parrales, S. (2018). Microempresas en el Ecuador: Caso ciudad de Manta. *Dominio de las Ciencias* 4(1), 619-632.

Dávila, F. (2019). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROVEEDORA DE SERVICIOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS DIRIGIDA A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES). *Universidad Laica Vicente Rocafuerte.*

EL PAÍS. (26 de Agosto de 2020). La pandemia deja al 83 % de los trabajadores en Ecuador en el desempleo o con condiciones precarias. *Economía* . Obtenido de <https://elpais.com/economia/2020-08-26/el-83-de-trabajadores-en-ecuador-esta-desempleado-o-con-condiciones-precarias-por-la-pandemia.html#:~:text=La%20pandemia%20deja%20al%2083,condiciones%20precarias%20%7C%20Econom%3%ADa%20%7C%20EL%20PA%3%8DS>

Gutierrez, N., Vite, H., & Feijoó, E. (2019). Incidencia de los beneficios tributarios en el sector microempresarial de la provincia de El Oro (Ecuador). . *Revista Espacio*, 40, 18.

Hinojo, E. (2018). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas. ADGD0210.* . IC Editorial.

INEC. (2016). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.* Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.

- JAHV MCGREGOR S.A.S. (2021). *Asesoría Tributaria*. Retrieved from <https://www.jahvmcgregor.com.co/index.php/servicios/asesorias/asesoria-tributaria>
- Jarrín, F. (2014). *“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE-FINANCIERA Y TRIBUTARIA PARA PYMES EN LA CIUDAD DE QUITO.*
- López, A., & Borbor, A. (2019). *Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría tributaria y contable en la ciudad de Manta*. Manta.
- López, M. A., & Borbor, R. A. (2019). Ingeniero Comercial. *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA TRIBUTARIA Y CONTABLE EN LA CIUDAD DE MANTA*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil. Retrieved from https://minio2.123dok.com/dt02pdf/123dok_es/pdf/2020/08_01/yxtvyv1596270861.pdf?X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=LB63ZNJ2Q66548XDC8M5%2F20210930%2F%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20210930T024505Z&X-Am
- Millanao, R., Saavedra, Ó., & Villalobos, R. (2016). Magíster en Finanzas. *Método de Valoración de Empresas Pymes*. Universidad de Chile, Santiago de Chile. Retrieved from <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113587/M%3a9todo%20de%20Valoraci%3%b3n%20de%20Empresas%20PYMES.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Moyota, L. (2019). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE-TRIBUTARIA EN EL CANTÓN NARANJITO 2019.*
- Oviedo, A., & Yakusik, A. (2016). *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio*. Japón: Agencia de Cooperación Internacional del Japón. Obtenido de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- Partal, S. (2017). *UF1820-Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Editorial Elearning.
- Pineda, R., & Yepes, L. (2006). *PROYECTO PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE ASESORIAS CONTABLES ADMINISTRATIVAS Y TRIBUTARIAS YEPES & ASOCIADOS LTDA.*

- Portilla, C. (2013). Plan Financiero de Emprendimiento: Pasos para Elaborarlo. *UNIKA promotora*, 3.
- Quingco, J., & Leonoras, C. (2019). The Economic Impact, Contribution, and Challenges of Micro Business Enterprises to the Local Development . *Philippine Social Science Journal*, 2(2), 107-122.
- Rachman, Y. (2021). Analysis of Micro Business Management Strategies in Efforts to Maintain Business Sustainability. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(8), 1584-1589.
- Registro Oficial Órgano del Gobierno del Ecuador. (2016). *Suplemento - Función Ejecutiva*. Retrieved from <https://www.pudeleco.com/clegal/tributario/2020/sri20-076.pdf>
- Rodríguez Morales, A. M. (2019). La Tributación y su interacción disciplinal. *Universidad y Sociedad*, 286-298. Retrieved from <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Romero, M. D. (2018). Ingeniera Comercial. *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA DIRIGIDOS A MICROEMPRESARIOS DEL CANTÓN SAMBORONDÓN*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil.
- Saldaña, M. L. (2019). Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría - CPA. *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE-TRIBUTARIA EN EL CANTÓN NARANJITO 2019*. Universidad Estatal de Milagro, Milagro.
- Servicio de Rentas Internas. (2014). Retrieved from <https://1library.co/article/servicio-de-rentas-interna-marco-contextual.yj739r2y>
- Servicio de Rentas Internas. (2021). *Impuesto al Valor Agregado - IVA*. Retrieved from <https://www.sri.gob.ec/impuesto-al-valor-agregado-iva>
- Servicio de Rentas Internas. (2021, Mayo 18). *RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC21-00000029*. Retrieved from <http://www.pudeleco.com/clegal/tributario/2021/sri21-029.pdf>
- Servicio Nacional de Contratación Pública. (2018). *Ley de la Consultoría*. Retrieved from <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/03/RESOLUCI%C3%93N-No-R-E-SERCOP-2018-0000087.pdf>

Soto, L., & Peña, M. (2010). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS PARA LAS PYMES EN EL AREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA*.

Tokan, B. (2016). *El plan de negocios perfecto: que se gana el corazón de los inversionistas*. Babelcube Inc.

Triana, G., Hernández, F., Gómez, Y., Orjuela, L., & Ochoa, P. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26), 41-51.

Zuñiga, A. (2004). *Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Consultora Asesora Contable y de Sistemas de Información*.

Zúñiga, P. M. (2017). Máster en Administración Tecnológica. *Plan de Negocios para la creación de una empresa consultora Asesora Contable y de Sistemas de Información*. Universidad San Francisco de Quito, Quito. Retrieved from <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/212/1/75960.pdf>