



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
ESPOCH**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TRIBUTACIÓN Y
AUDITORÍA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO”**

AUTORA:

FRANCISCA DEL ROCÍO COLCHA GUASHPA

RIOMBAMBA - ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación realizado previo a la obtención del título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría C.P.A., ha sido desarrollado por la Sra. FRANCISCA DEL ROCÍO COLCHA GUASHPA, quién ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Wilian Enrique Pilco Mosquera
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Giovanni Javier Alarcón Parra
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, FRANCISCA DEL ROCÍO COLCHA GUASHPA, estudiante de la Escuela Licenciatura de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que el trabajo de titulación que presento es auténtico y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Francisca R. Colcha Guashpa

DEDICATORIA

Primero que todo quiero dedicarle este primer paso en mi vida profesional a Dios por darme las virtudes y la Fortaleza necesaria para salir siempre adelante, por colocarme en el mejor camino, iluminando cada paso de mi vida. Dios mío, aunque no te palpe, sé que siempre estás aquí conmigo en las buenas y en las malas por eso te pido que me bendigas como una futura profesional.

A mis adorados padres quienes me permitieron crecer y estudiar para lograr ser una profesional, siguiendo su buen ejemplo y sanos consejos a quienes ahora rindo mi homenaje. A Lenin mi esposo, a Dorian y Ezequiel mis hijos quienes cambiaron mi forma de ver la vida.

A mis hermanos y demás familiares que son el complemento de mi vida. Mil gracias por el apoyo incondicional que me han brindado para hoy ver cristalizado mi sueño a pesar de las dificultades que he enfrentado a lo largo de mi Carrera Académica.

Francisca Colcha G.

AGRADECIMIENTO

A través del presente trabajo dejo mi profundo agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas en cuyas aulas nos formamos y nos preparamos para la vida.

A los señores profesores quienes desinteresadamente pusieron a nuestra disposición, todos sus sabios conocimientos.

Un agradecimiento profundo a mis queridos compañeros y amigos con quienes compartí momentos buenos y difíciles hasta ver plasmados hoy los objetivos antes propuestos.

Francisca Colcha G.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula.....	i
Certificado del Tribunal	ii
Certificado de Responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de Contenido.....	vi
Resumen.....	ix
Summary.....	x
Introducción.....	1
CAPÍTULO I EL PROBLEMA.....	2
1 PROBLEMATIZACIÓN	3
1.1 TEMA	3
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.6 OBJETIVOS	5
1.6.1 Objetivo General.....	5
1.6.2 Objetivos Específicos.....	5
1.7 PREGUNTAS DIRECTRICES	6
CAPITULO II.....	7
2 MARCO TEÓRICO DEL PROYECTO.....	7
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	7
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1 Los estudios de factibilidad	8
2.2.1.1 Estructura del estudio de factibilidad	9
2.2.1.2 Objetivos del estudio de factibilidad	10
2.2.1.3 Fases o etapas del estudio de factibilidad	10

2.2.2	Los servicios tributarios	21
2.2.3	Mercadotecnia de servicios.....	31
2.2.3.1	Definición y características.....	31
2.2.3.2	Características de los servicios.....	31
2.2.3.3	Clasificación de los servicios	33
2.2.3.4	Creación y prestación de servicios.....	34
2.3	MARCO CONCEPTUAL	35
CAPÍTULO III.....		38
3	MARCO METODOLÓGICO	38
3.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	38
3.3	FUENTES DE INFORMACIÓN	38
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.4.1	Población	39
3.4.2	Muestra	39
3.4.3	Cálculo de la muestra	39
3.4.4	Selección de la muestra.....	41
3.5	MÉTODOS Y TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	41
3.5.1	Métodos	41
3.5.2	Técnicas	42
3.5.3	Instrumentos	42
3.6	RESULTADOS	43
3.7	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	49
CAPÍTULO IV		50
4	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	50
4.1	ESTUDIO DEL MERCADO.....	50
4.1.1	ANÁLISIS DEL PRODUCTO	50
4.1.2	ANÁLISIS DEL MERCADO.....	51
4.2	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA.....	55

4.2.1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	55
4.2.2 LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN	55
4.2.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	55
4.2.4 MARCO LEGAL.....	56
4.3 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	56
4.4 ESTUDIO DE IMPACTO SOCIOCULTURAL.....	57
4.5 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	57
4.5.1 Inversiones.....	58
4.5.2 Valor actual neto y tasa interna de retorno	60
4.5.3 Período de recuperación del capital	62
4.5.4 Relación de beneficio costo.....	63
4.5.5 Punto de equilibrio.....	63
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFÍA	68
ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de tablas	30
Tabla 2. Estudio de factibilidad.....	43
Tabla 3. Estudio de mercado.....	44
Tabla 4. Estudio técnico.....	45
Tabla 5. Microlocalización.....	46
Tabla 6. Estudio financiero.....	47
Tabla 7. Estudio de factibilidad en la toma de decisiones.....	48
Tabla 8. Principales actividades de negocios en el CCC.....	52
Tabla 9. Declaración de Impuestos.....	53
Tabla 10. Tipos de declaración.....	53
Tabla 11. Interés en un tipo de servicio.....	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Estudio de factibilidad.....	43
Gráfico 2. Estudio de mercado.....	44
Gráfico 3. Estudio técnico.....	45
Gráfico 4. Microlocalización.....	46
Gráfico 5. Estudio financiero.....	47
Gráfico 6. Estudio de factibilidad en la toma de decisiones.....	48
Gráfico 7. Cálculo del punto de equilibrio.....	66

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis trata de un “estudio de Factibilidad para la prestación de servicios de tributación y auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”. Para este análisis de factibilidad se realizó un estudio de mercado para determinar las necesidades de quienes requieren de servicios de asesoramiento tributario y auditoría. Se rescató resultados positivos y características que la empresa puede tener en un segmento dentro del mercado de servicios de asesoría contable, esto según las opiniones vertidas por propietarios de empresas de la ciudad de Riobamba. Además, se realizó la evaluación técnica y financiera para establecer la viabilidad del proyecto, utilizando los indicadores de rentabilidad: valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) y la relación beneficio costo que indican resultados positivos.

Finalmente se confirmó que el estudio de factibilidad es viable, debido a que se puede obtener ganancias según los indicadores de rentabilidad a partir del segundo año de funcionamiento. Esto se complementa con la existencia de demanda insatisfecha en el mercado estudiado, debido a que las empresas que ofrecen estos servicios actualmente no llenan las expectativas de los usuarios.

Ing. Wilian Enrique Pilco Mosquera
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

ABSTRACT

Generally the term project is related to the idea , intention or desire to do something, is a process of mental organization that directs methodically what to do if we add to this idea production, a productive project would be: the ways in which this idea concrete , that intention to produce. Is to draw a path for the idea in concrete production reality.

There are many interpretations of the term project and there are many areas where applicability is highly dependent on the level of development and the perspective taken by the designer in a particular job. In a production project is the designer who defines the course of action of production that allows tornarle viable running the least risk of failure, allowing the best use of available resources.

So the development of a productive project essentially consists in organizing a series of actions and activities to be undertaken , involving the use and application of human resources , environmental, financial and technical , in order to achieve certain production goals. In the formulation process , who has been organizing ideas logically and precisely, the objectives can be achieved through action , specifically the need to perform specific activities that make a project, it is above all a creative process.

Hence all production project is also considered as an investment project and generates different effects or impacts , direct, indirect , external and intangible nature. The latter far outweigh the chances of monetary measurement and yet is not considered so pernicious represent moods and final satisfaction of the beneficiary or injured people.

From this perspective the feasibility study for the establishment of a company providing audit and tax services in the city of Riobamba, Chimborazo Province , is nothing but the process of a project to determine the technical and financial feasibility of implementing or not a company or business in the city , hence the project intends to target the " Perform feasibility study for the establishment of a company providing Taxation and Audit Services in the city of Riobamba, Chimborazo province , "which at the end of the study the following conclusions are clear : " the study shows that it is feasible to implement the company's tax and audit services in La Condamine Mall Riobamba "and" financial assessment calculated with different criteria such as cash flow, net present value , internal rate of return , and benefit -cost ratio , demonstrate the feasibility of the project, the investment is recovered in two years , five months and five days. "

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Riobamba en los últimos años ha experimentado un crecimiento acelerado tanto en el tamaño como en la población de habitantes; según el Censo de población y vivienda realizado en el año 2010 la provincia de Chimborazo para el año 2014 proyecta una población de 496735 habitantes, en el caso del cantón Riobamba en el año 2010 contaba con 193.315 habitantes y en la actualidad ya cuenta con 225.741. Este continuo incremento ha fortalecido la actividad empresarial reflejada en el gran número de industrias, negocios y locales comerciales existentes en el lugar, convirtiendo a Riobamba en un interesante punto de comercio. (INEC, 2010)¹

Un negocio consiste en un sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer productos, bienes o servicios a otras personas; pero también, un negocio consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de repuestos de autos o una distribuidora) o prestación de servicios (por ejemplo, un restaurante o un taller de mecánica), que beneficien a otras personas.²

Existen varias herramientas para desarrollar modelos de negocio, entendidos como la estrategia o planeación de los factores o elementos que compone el negocio.

Con el devenir del tiempo en el país se ha implementado un sistema nacional de recolección de impuestos a través de del SRI, en la que todas las empresas, microempresas, negocios y personas naturales deben aportar con impuestos para el presupuesto nacional del estado. En este sentido y con el fin se han ido conformando empresas de servicios relacionados con la tributación, así como para la auditoría de empresas particulares.

¹ INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito: INEC.

² Wikipedia Enciclopedia Libre: <http://es.wikipedia.org/wiki/Negocio>

La investigación consta de cuatro capítulos, en el primero se describe la problemática y se organiza de manera sistemática los antecedentes, el problema, los objetivos y la justificación.

En el capítulo II se describe el Marco Teórico del problema y se ubica los antecedentes, seguido se ubica la fundamentación teórica, el marco conceptual.

El capítulo III está integrado por la metodología, aquí se describe el diseño y tipo de investigación, los métodos, la población y muestra, y finalmente se describen los resultados de la investigación, concluyéndose este capítulo con la comprobación de las hipótesis.

Finalmente en el capítulo IV se describe el marco propositivo, donde se desarrolla todo el estudio de factibilidad que va desde el estudio de mercado hasta el estudio financiero pasando por el estudio técnico, estudio de impacto ambiental y social.

El trabajo se termina con las conclusiones y recomendaciones finales.

CAPÍTULO I

1 PROBLEMATIZACIÓN

1.1 TEMA

Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de prestación de Servicios de Tributación y Auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la PEA del cantón Riobamba está distribuido en 19 ramas de actividad, en donde la agropecuaria tiene el mayor peso con el 26.6%, constituyéndose en la principal fuente de empleo, seguido por el sector comercial con el 17.5% constituyéndose en un sector fuerte de la economía local (INEC, 2010). Este aspecto es evidente por el notable incremento del comercio en la ciudad, es así que 19557 negocios están registrados dentro de la base de datos del Ilustre Municipio de Riobamba hasta el 8 de enero del año 2013, particularmente el comercio informal. El sector industrial manufacturero con un 10.1%, el sector educativo un 8.9%, estos sectores importantes dentro de la actividad económica en su mayoría no cuentan con el apoyo técnico en áreas administrativas y en particular en materia tributaria, el SRI, en los últimos años viene realizando una serie de modificaciones en los impuestos y sus bases de datos de quienes deben tributar, situación que causa sorpresa en muchas personas naturales y jurídicas que por retraso en los pagos de retenciones del IVA, se hacen acreedores a multas por parte del organismo de control tributario, o sencillamente no cuentan con la información económico-financiera que apoye sus decisiones sobre su patrimonio dentro de sus actividades económicas.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye el estudio de Factibilidad en la Creación de una empresa de prestación de Servicios de Tributación y Auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El objeto de investigación es un Proyecto de Inversión y el campo es la creación de una empresa de servicios de Tributación y Auditoría en la ciudad de Riobamba en el año 2013.

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El estudio de factibilidad se efectúa con el propósito de conocer si es viable o no desde el punto de vista de mercado y económico, llevar a cabo las inversiones que permitan crear la empresa de servicios de tributación y auditoría en la ciudad de Riobamba. Es conveniente llevar a cabo la investigación ya que con ella se conocerá aspectos importantes de; mercado, oferta, demanda, precios, distribución y costos que serán necesarios para que la idea se haga realidad.

Es pertinente y de mucha utilidad el estudio de factibilidad ya que ningún inversionista colocará dinero en una idea, que no tenga sustento técnico, por más que se vea la actividad muy atractiva desde el punto de vista económico, es decir es necesario conocer la manera técnica si se tendrá o no éxito con esta propuesta, considerando la experiencia que tiene el sector de los servicios en el cantón. La idea tiene relevancia social, toda vez que promueve, e impulsa el trabajo técnico en el cantón Riobamba.

Con la reforma a la Ley Tributaria en el país, en la actualidad se exige que las personas naturales y pequeñas empresas obligadas a llevar contabilidad estén conscientes de su responsabilidad con el estado en materia de tributación, para esto es necesario el conocimiento de las leyes y reglamentos en materia contable y tributaria, así como de su continua actualización por cuanto la ley se reforma constantemente para, aparentemente

simplificarla y abarcar a más contribuyentes, así como para evitar la defraudación al Fisco.

Sin embargo, muchas pequeñas empresas, por diversos motivos, no han implementado un departamento que lleve los registros contables y realicen la tarea de tributación, también están inmersos en este problema cientos de personas naturales profesionales o no, que por desconocimiento o por falta de tiempo, deben recurrir a personas entendidas en el tema contable tributario.

Muchas de esas personas carecen de los conocimientos suficientes o actualizados sobre este campo tan delicado, razón por la cual algunos contribuyentes han tenido problemas con el Servicio de Rentas Internas. Por lo expresado anteriormente, la presente investigación ha considerado a las pequeñas empresas y personas naturales que actúan como entes productivos de bienes y servicios como un factor de estudio, ya que éstas representan el 15.6% del universo empresarial. Adicionalmente cabe indicar, que en nuestro país el 90% de los negocios están en manos de empresas familiares, por lo que se ha creído necesarios examinar los problemas comunes que se presentan dentro de ellas en el aspecto contable tributario.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una Empresa de prestación de Servicios de Tributación y Auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el estudio de factibilidad y la creación de empresas de Servicios Tributarios y Auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

- Realizar un diagnóstico general de los servicios de tributación y auditoría en la ciudad de Riobamba, el mismo que permita conocer las necesidades del consumidor al que se pretende llegar con los servicios propuestos.
- Desarrollar las fases del estudio de factibilidad para crear la nueva empresa de servicios.

1.7 PREGUNTAS DIRECTRICES

- ¿Cómo fundamentar teóricamente el estudio de factibilidad y la creación de empresas de Servicios Tributarios y Auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo realizar un diagnóstico general de los servicios de tributación y auditoría en la ciudad de Riobamba, el mismo que permita conocer las necesidades del consumidor al que se pretende llegar con los servicios propuestos?
- ¿Cómo desarrollar las fases del estudio de factibilidad para crear la nueva empresa de servicios?

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO DEL PROYECTO

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La Provincia de Chimborazo ubicada en el centro del callejón interandino del Ecuador, con una extensión de 6.569 kilómetros cuadrados presenta una variedad de nichos ecológicos con diferente altura, clima, vegetación, hidrografía y potencial productivo. Estas zonas van desde los 295 hasta los 6.310 m.s.n.m. de altura en la cumbre del Volcán Chimborazo (punto más cercano al sol desde el centro de la tierra).

Según el Censo de población y vivienda la provincia de Chimborazo cuenta con una población de 458.581 habitantes (INEC, 2010) de ellas, en el cantón Riobamba (cabecera provincial) se concentra casi el 50% de la misma.

La principal actividad económica a nivel provincial constituye la agricultura y la ganadería, mientras que en el cantón Riobamba se desarrolla el comercio a través de pequeños y medianos negocios, los mismos que se encuentran ubicados en domicilios y Centros Comerciales tanto particulares como públicos.

Para el caso del presente estudio se ha identificado como potencial área de estudio al “Centro Comercial Popular” La Condamine, por sus características y por el número de comercios que existen en éste.

El “Centro Comercial Popular” La Condamine, fue remodelado y puesto a órdenes de la ciudadanía en el mes de marzo de 2008; antes era una mercado donde se expendía productos de primera necesidad, a nivel de mayorista, mismo que con la construcción del Mercado de Productores Mayorista al Sur Este de Riobamba, éste para a ser un mercado de comercialización minorista, para luego finalmente quedarse como Centro comercial.

En la actualidad el Centro Comercial cuenta con 750 comercios de diferente índole, servicios de alimentación, venta de verduras y frutas, cárnicos, harinas, gramíneas, artesanías, y principalmente ropa y calzado.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Los estudios de factibilidad

Según la Enciclopedia Libre Wikipedia (2010), el estudio de factibilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad. Esto sólo se puede asegurar mediante el empleo de procedimientos y de análisis debidamente fundamentados.

La determinación y fundamentación de las bases metodológicas que deben regir los estudios de factibilidad de las investigaciones deben efectuarse con un enfoque sistémico, pues los resultados de las investigaciones al introducirse, modifican una parte de los procesos y sistemas de relaciones existentes. Este primer principio introduce la

necesidad de considerar la utilización de todos aquellos métodos de simulación que permitan reproducir con la mayor exactitud posible los sistemas de relaciones, su interacción y los cambios que puede ocasionar el proceso científico-técnico en dichas relaciones. Al analizar la eficiencia económica, tanto de las investigaciones como de las inversiones necesarias para introducir los resultados, se considera como problema central de su determinación, la contraposición amplia y conjunta de gastos y resultados.

2.2.1.1 Estructura del estudio de factibilidad

Según Daniarys Ramírez Almaguer (2009), el modelo propuesto para la realización de estudios de factibilidad es una combinación de elementos técnicos y económicos, donde aparecen como aspectos fundamentales la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar la inversión, desde el punto de vista de criterios cualitativos y cuantitativos, entre otros elementos. El modelo que aparece a continuación recoge los siguientes elementos de análisis:

- Información General del Proceso Inversionista.
- Identificación del Mercado Potencial y los Segmentos que se trabajarían.
- Análisis de las Demandas y Ofertas que se Originan por la Inversión.
- Valoración de la Competencia Existente.
- Especificaciones del Proyecto de inversión.
- Elaboración del Cronograma de Ejecución de la Inversión.
- Evaluación Económica Financiera.
- Criterios Cuantitativos.
- Criterio Cualitativo.
- Conclusiones de Factibilidad Económica.
- Análisis de Riesgo o de Incertidumbre en la evaluación de Proyectos.

2.2.1.2 Objetivos del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad tiene como objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

2.2.1.3 Fases o etapas del estudio de factibilidad

Si concebimos al estudio de factibilidad como la herramienta básica o el recurso indispensable de un proyecto, es necesario aclarar a través del estudio de factibilidad, la evaluación de proyectos de inversión valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica.

“El análisis de proyecto es un método para presentar el mejor uso de los recursos escasos de la sociedad. De la correcta evaluación que se realice a un proyecto de inversión depende que los proyectos a ejecutar contribuyan al desarrollo a mediano o largo plazo de una empresa en específico y en general de la economía de un país”.³

³ (Ramírez Almaguer, 2009)

La evaluación de proyectos de inversión es un análisis que se lleva a cabo mediante un proceso de varias aproximaciones en las que intervienen técnicos, financistas y administradores. Las tres etapas que se deben considerar al evaluar un proyecto de inversión son: etapa de pre inversión, etapa de maduración y etapa de funcionamiento. El análisis de factibilidad es parte de la etapa de pre inversión dentro de la evaluación de proyectos de inversión. Los estudios de pre inversión constituyen otra parte importante dentro del proceso inversionista.

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

- Estudio de factibilidad de mercado
- Estudio de factibilidad técnica
- Estudio de factibilidad medio ambiental.
- Estudio de factibilidad económica-financiera

a) El mercado

En un estudio de factibilidad, el estudio de mercado es el encargado de decidir a priori, la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, ambientales y económicos- financieros.

b) Conceptos

El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa. No obstante, éste no garantiza una solución en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible.

c) Objetivo del estudio de mercado

El objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.) Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad.

Entre los objetivos específicos se pueden describir:

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios.

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

d) Etapas del estudio de mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos, pero en la práctica se aplican en campos bien definidos. Los pasos a seguir para llevar a cabo un análisis comercial, según bibliografía especializada, son los que a continuación se muestran:

- Análisis del producto
- Producto principal.
- Subproductos.
- Productos sustitutivos.
- Productos complementarios
- Clientes Potenciales
- Análisis del mercado
- Proveedores
- Distribuidores

e) El análisis de la demanda.

Consiste en la observación de las tendencias internacionales de los patrones de viajes turísticos, en especial los que se refieren a una región o a un país específico. Su propósito es calcular la demanda futura expresada habitualmente en términos según el proyecto y sus características. Calcular la demanda es difícil, pero en ello se basa la planificación. Su análisis debe aportar la máxima cantidad de datos sobre el volumen de la demanda, las características del visitante, los posibles modelos de gasto y los principales países de origen, siendo sus principales limitaciones el coste y el tiempo que conlleva. Normalmente el análisis de la demanda se divide en tres etapas: los patrones de demanda histórica del país, los patrones de la demanda actual y el potencial de futuro.

Las dos primeras etapas deben aportar indicadores de las tendencias y permitir la identificación y el análisis de los cambios significativos del mercado. Más tarde, esta información se convierte en el marco para considerar las futuras opciones de desarrollo, sobre todo haciendo referencia a ciertos problemas que puedan presentarse.

En este sentido hay un debate habitual en cuanto a si el análisis de la demanda debe realizarse antes o después de un análisis similar de la oferta; de allí que se hace de mucha valía los aspectos que interesa definir sobre el estudio de mercado.

f) Determinación del mercado objetivo

La determinación del mercado objetivo se refiere al público que se orientarán los productos y servicios de la entidad en formación, explicando ampliamente las razones que fundamentan la decisión.

g) Demanda

Se realiza el análisis actual y futuro de la demanda, con el objetivo de conocer si la entidad en formación, así como los productos y servicios financieros que ofrecerá, contarán con una demanda que haga viable el proyecto, para ello debe efectuarse una investigación de mercado que se sustentará en la evaluación del sistema financiero y de variables sociales y económicas.

h) La oferta

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar.

i) Análisis de los precios

Aquí se analizan los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

Mecanismo de formación: existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado, se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:

Fijación del precio: se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.⁴

j) Tamaño y localización

- **Tamaño**

El tamaño es un factor determinante a la hora de escoger una tecnología debido a que esta debe responder directamente a los requerimientos de capacidad que se instalarán.

El tamaño establece la cantidad de obra a realizar o la capacidad de abastecimiento en la unidad de tiempo, mencionando también el número de personas a beneficiar tanto en el presente como en el futuro, y se puede realizar en forma mensual o anual.

Se hace necesario señalar que además de la tecnología previamente seleccionada también influyen en la selección del tamaño otros factores generales dentro de los cuales podemos mencionar los siguientes:

- Balance demanda-capacidad.
- Localización.
- Capacidad financiera empresarial.

⁴ (Carrasquero R., 2004)

- Garantía de suministros de los equipos y piezas de repuesto de la tecnología en concreto a instalar.
- Fuentes y disponibilidad de materias primas en el país.
- Tecnologías.
- Aspectos institucionales y/o legales.
- Costos de inversión y producción de las plantas.
- Existencia de economías de escala.

Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

En la localización de proyectos, dependiendo de su naturaleza, se consideran dos niveles:

Nivel Macro: que es la definición general de donde ubicar el proyecto con escasos detalles. Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrezca mayores ventajas para el proyecto.

Nivel Micro: definida como un diseño de la idea proyecto con el máximo nivel de detalles incluyendo disposición en planta de cada factor. En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados.

Para tomar la decisión de localizar un proyecto se debe considerar:

- Balance demanda-capacidad.
- Fuentes y disponibilidad de materias primas.

- Disponibilidad actual y perspectiva de fuerza de trabajo.
- Fuentes y disponibilidad de energía.
- Las fuentes y disponibilidad de agua.
- Vías de transporte y comunicaciones.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Factores ambientales.
- Régimen impositivo y legal.

k) Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería está relacionado con los aspectos técnicos del proyecto: Para comenzar este estudio, se necesita disponer de cierta información.

Esta información proviene del estudio de mercado, del estudio del marco regulatorio legal, de las posibles alternativas de localización, del estudio de tecnologías disponibles, de las posibilidades financieras, de la disponibilidad de personal idóneo y del estudio del impacto ambiental.

Es necesario destacar que el estudio de Ingeniería del Proyecto, de la misma manera que las demás etapas que comprenden la elaboración de un proyecto, no se realiza de forma aislada al resto sino que necesitará constante intercambio de información e interacción con las otras etapas.

Uno de los resultados de este estudio será determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Para determinar la función de producción óptima deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo los montos de inversiones, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción para luego realizar el estudio económico.

En particular, derivarán del estudio de ingeniería las necesidades de equipos y maquinarias. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de la maquinaria podrá determinarse su disposición en planta (layout).⁵

Del layout y del estudio de los requerimientos de personal que los operen, así como de su movilidad, y del requerimiento de mercadería se definen las necesidades de espacio y obras físicas. El espacio requerido por la mercadería incluye los depósitos necesarios para materias primas y elaborados, los almacenes para materiales y los espacios requeridos dentro del área de producción para los semielaborados.

D) Costos

Vergara (2010) en la revista Virtualpro manifiesta: “Si analizamos nuestro diario vivir, podemos concluir que todo el tiempo estamos realizando un costeo, puesto que con frecuencia pensamos en los costos que nos representa nuestro hogar: el pago de servicios públicos, el mercado, la cuota del apartamento, el combustible de nuestro vehículo, entre otros múltiples gastos que tenemos que suplir periódicamente, sin dejar de lado nuestra salud, la apariencia física y, por supuesto, los negocios; inclusive podría afirmarse que siempre pensamos en comprar en lugares menos costosos artículos que brinden el mismo beneficio aunque no sean de una marca reconocida, o dejar de darnos gusto en algunas cosas que a veces no son tan relevantes, buscando que la inversión no sea tan considerable y se pueda obtener una ganancia o un ahorro que seguramente en un futuro nos será de gran utilidad”⁶.

Eso mismo pasa con las empresas o negocios. Para sostenerlo y obtener grandes utilidades, es necesario tener una vida financiera fuerte y estable que permita tener unos costos aceptables, así como un flujo de caja sólido y constante con el cual se pueda realizar las transacciones para el normal funcionamiento del negocio; por consiguiente, es necesario conseguir un equilibrio entre los costos y gastos, a la hora de producir, invertir o crear un nuevo proyecto.

⁵ (Emprendedor, 2009)

⁶ (Vergara Carrasco, 2010)

El cálculo de los costos de operación de mano de obra, insumos diversos, mantenimiento y otros se obtendrá en el estudio de costos basado en los requerimientos determinados en unidades físicas en el estudio de ingeniería y dependiendo del proceso productivo seleccionado.

m) Inversiones

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera flujo de beneficios. Asimismo es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y/o servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de la empresa.

Las inversiones a través de proyectos, tiene la finalidad de plasmar con las tareas de ejecución y de operación de actividades, los cuales se realizan previa evaluación del flujo de costos y beneficios actualizados.

Por ejemplo, cuando los accionistas de una Empresa desean invertir cierto monto de Capital en una actividad productiva y/o de servicio, la ejecución de la inversión requiere contar con estudios denominados Proyectos de Inversión, los cuales justifican el requerimiento de Costos de Oportunidad y de la Rentabilidad de la Inversión de Capital.

En la práctica, toda inversión de proyectos; tanto del sector público como privado, es un mecanismo de financiamiento que consiste en la asignación de recursos reales y financieros a un conjunto de programas de inversión para la puesta en marcha de una o más actividades económicas, cuyos desembolsos se realizan en dos etapas conocido como: Inversión Fija y Capital de Trabajo.

La Inversión Fija, es la asignación de recursos reales y financieros para obras físicas o servicios básicos del proyecto, cuyo monto por su naturaleza no tiene necesidad de ser transado en forma continua durante el horizonte de planeamiento, solo en el momento de su adquisición o transferencia a terceros. Estos recursos una vez adquiridos son reconocidos como patrimonio del proyecto, siendo incorporados a la nueva unidad de producción hasta su extinción por agotamiento, obsolescencia o liquidación final.

Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. Los recursos naturales no renovables, como los yacimientos mineros, están sujetos a una forma particular de depreciación denominada agotamiento, que es la gradual extinción de la riqueza por efecto de la explotación. La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación.

Se llama Inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones pro forma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos, etc. Los precios para los edificios, obras civiles e instalaciones se pueden obtener se pueden obtener sobre la base de las cotizaciones de las Empresas constructoras.

Por su parte la inversión diferida se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, entre otros.

n) Evaluación Financiera

Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

La evaluación financiera de proyectos está destinada a observar los factores involucrados en la concreción de un proyecto. Sin ella, una entidad comercial no tiene la información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos de

un proyecto; de allí que cada evaluación financiera de proyectos es diferente, pero involucra la prudente determinación de cada factor que constituye un proyecto: su flujo de fondos, seguros, desembolso de capital y tiempo en el cual los costos serán recuperados y las ganancias producidas.⁷

2.2.2 Los servicios tributarios

2.2.2.1 La gestión tributaria

Los diferentes sistemas tributarios evolucionan mediante legislaciones fiscales cada vez más complejas. Ello soporta forzosamente la necesidad de contar con una sólida formación en la materia y una constante actualización.

Si a esto añadimos que la empresa es utilizada como agente de recaudación de retención para varios tipos de impuestos (impuesto sobre el valor añadido, impuesto sobre las rentas del trabajo persona, ya sea en relación dependencia o de profesionales independientes, etc.) veremos que se constituyen un entorno complejo y de alto riesgo para la empresa.

La solución debe buscarse bien por la formación constante del personal de la empresa, o por el asesoramiento de profesionales en la materia.

La permanente actualización de esta materia por medio de algunas de las fuentes indicadas permite a la empresa evitar cualquier tipo de sanciones a la vez explotar al máximo las diferentes posibilidades de desgravaciones, bonificaciones y deducciones o devoluciones de impuestos.⁸

⁷ (Lyn O'Neil, 2012)

⁸ (Océano Enciclopedia, 2008).

2.2.2.2 La planificación tributaria

Para Bustos y otros (2013), la planificación tributaria o fiscal es un proceso constituido por un conjunto de actos jurídicos lícitos del contribuyente, cuya finalidad es maximizar la inversión eficiente de los recursos destinados por el mismo al negocio, a través de la reducción de la carga tributaria a la óptima admisible dentro de las opciones que contempla el ordenamiento jurídico. En consecuencia, la planificación tributaria busca revertir, evitar o postergar la ocurrencia del hecho gravado, con miras a reducir o diferir la carga impositiva del contribuyente tanto como sea posible de acuerdo a la ley.⁹

Desde este punto de vista se puede explicar que la planificación tributaria es una actuación lícita del contribuyente, ya que constituye un ejercicio del principio de autonomía de la voluntad consagrado por la legislación común, y materializa las opciones que el propio ordenamiento jurídico establece.

Para el autor antes descrito, la planificación tributaria puede implementarse en los siguientes ámbitos:

- A nivel de la empresa o planificación corporativa,
- A nivel de los dueños de empresas, o planificación personal,
- A nivel de empresas familiares,
- A nivel de profesionales independientes.

2.2.2.3 El sistema tributario y principales impuestos en el Ecuador.

Según la legislación tributaria ecuatoriana, los recursos que se recaudan por concepto de impuestos en el Ecuador son los siguientes:

- Impuesto a la renta, sobre ganancias y activos
- Impuesto sobre Activos Totales
- Contribución a Agencias Regulatorias
- Impuesto a la Propiedad Urbana

⁹ (Bustos, 2012)

- Impuesto Especial al Capital Neto de Sociedades
- Impuestos sobre transacciones
- Impuesto al Valor Agregado
- Impuesto a los Consumos Especiales
- Impuesto a la Transferencia de Títulos de Propiedad de Bienes Raíces
- Impuestos Aduaneros

Impuesto a la Renta

Este impuesto recae sobre la renta que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras. Para efectos de este impuesto se considera renta:

1. Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito u oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios.
2. Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales ecuatorianas domiciliadas en el país o por sociedades nacionales.

Sujetos del impuesto: El sujeto activo o ente acreedor de este impuesto es el Estado, que lo administra a través del Servicio de Rentas Internas. Son sujetos pasivos del Impuesto a la Renta, los contribuyentes que están obligados a pagarlo, las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados.

Período tributario: El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1o. de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1 de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

Ingresos de extranjeros no residentes. Los ingresos obtenidos por personas naturales extranjeras que no tengan residencia en el país, por servicios ocasionalmente prestados en el Ecuador, satisfarán la tarifa única del veinticinco por ciento (25%) sobre la totalidad del ingreso percibido. La retención la efectuará el ente pagador.

Para personas jurídicas:

a. Sociedades. La tarifa del Impuesto a la Renta aplicable para las sociedades constituidas en el Ecuador como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas, que obtengan ingresos gravables, deberán pagar la tarifa única del 15% , para el ejercicio de 1999; y del 25 % en el ejercicio fiscal 2000, sobre la base imponible. Las Instituciones Financieras y compañías petroleras deberán pagar en 1999 y en el 2000, la tarifa del 25%.

b. Empresas petroleras. Las utilidades que obtengan los contratistas de prestación de servicios para la exploración y explotación de hidrocarburos estarán sujetas al pago del Impuesto a la Renta de conformidad con la tarifa única del 44.4%. En caso de inversión de utilidades en el país, esta tarifa se reducirá al 25% sobre los montos reinvertidos.

c. Sucesiones indivisas. Las sucesiones indivisas, es decir, aquellas que no han sido objeto de partición entre los herederos, deben pagar el impuesto aplicando la misma tabla y tarifas que las personas naturales.

d. Herencias, legados y donaciones. Respecto de las herencias, legados y donaciones, cada uno de los beneficiarios de estos ingresos pagará una tarifa única del 10% sobre el excedente de la fracción básica no gravada del Impuesto a la Renta de personas naturales.

Impuesto al valor agregado (IVA)

Objeto del impuesto: El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, y al valor de los servicios prestados.

Declaración y pago del IVA: Los sujetos pasivos del IVA presentarán mensualmente una declaración por las operaciones gravadas con el impuesto, realizadas dentro del mes calendario inmediato anterior. Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias.

Sujetos del impuesto: El sujeto activo o ente acreedor del Impuesto al Valor Agregado es el Estado, y lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

Son sujetos pasivos del IVA:

a. En calidad de agentes de percepción:

- Las personas naturales y las sociedades que habitualmente efectúen transferencias de bienes gravados con una tarifa.
- Quienes realicen importaciones gravadas con una tarifa.
- Las personas naturales y las sociedades que habitualmente presten servicios gravados con una tarifa.

b. En calidad de agentes de retención:

- Las entidades y organismos del sector público; las empresas públicas y las privadas consideradas como contribuyentes especiales por el Servicio de Rentas Internas.
- Las empresas emisoras de tarjetas de crédito por los pagos que efectúen por concepto del IVA a sus establecimientos afiliados.

- Las empresas de seguros y reaseguros por los pagos que realicen por compras y servicios gravados con IVA.

Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio comprobantes de venta, por las operaciones que efectúen. Esta obligación regirá aun cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero.

El no otorgamiento de comprobantes de venta constituirá un caso especial de defraudación, que será sancionado de conformidad con el Código Tributario.

Impuesto al patrimonio

Objeto del impuesto: Se establece únicamente para el año 1999, el impuesto al patrimonio de las sociedades.

Sujetos del impuesto: El sujeto activo o ente acreedor de este impuesto es el Estado, que lo administra a través del Servicio de Rentas Internas. Tienen la calidad de contribuyentes o sujetos pasivos las sociedades que se hallan sujetas al control de la Superintendencia de Compañías y la Superintendencia de Bancos, así como las compañías en nombre colectivo o en comandita simple o por acciones.

Tarifa del impuesto: La tarifa de este impuesto será del uno por ciento (1%) del patrimonio, pero en ningún caso será inferior al uno por mil del total de los activos al 31 de diciembre del año inmediato anterior.

Este impuesto se pagará en dos cuotas iguales, la primera hasta el 15 de agosto y la segunda hasta el 15 de octubre en las entidades del sistema financiero autorizadas a recaudar tributos. El valor que corresponda al año 1999, tendrá como referencia, los balances cortados a diciembre del año 1998.

El registro único de contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. A través del certificado del RUC (documento de inscripción), el contribuyente está en capacidad de conocer adecuadamente cuáles son sus obligaciones tributarias de forma que le facilite un cabal cumplimiento de las mismas. Las personas naturales o sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguiente de ocurrido el hecho que produjo el cambio.

Todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se realizan exclusivamente en las oficinas del Servicio de Rentas Internas.

Cuando se trate de personas naturales todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes deben ser realizados personalmente por el contribuyente. Si el contribuyente titular del RUC no puede acercarse personalmente lo puede hacer a través de una tercera persona, en este caso la persona que lo haga a su nombre debe presentar además de los requisitos establecidos un poder general o especial otorgado por la persona titular del RUC a la persona que va efectuar el trámite, y el original y copia de la cédula de ciudadanía de la persona que va efectuar el trámite.

Otros impuestos generales

Impuesto Municipal sobre activos totales: Los Municipios Ecuatorianos fijan una tarifa de 1,5 sucres por mil de los activos totales de una compañía, refiriéndose a los estados financieros del año anterior para determinar la base imponible. Las obligaciones financieras y contingentes pendientes más de un año son deducibles. Esta tarifa debe ser pagada hasta un mes después de la presentación de la declaración del impuesto a la renta.

Contribución a la Superintendencia de Compañías:

La Superintendencia de Compañías fija una tarifa de hasta el 1 por mil de los activos reales de las compañías bajo su control. Esta tarifa debe ser depositada en el Banco Central a nombre de la Superintendencia de Compañías hasta el 30 de septiembre de cada año.

Contribución a la Superintendencia de Bancos:

Las instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Bancos están sujetas al pago de una tarifa, determinada por ésta, sobre el total de activos promedios durante cada semestre. Las cuentas de orden están exentas de esta tarifa.

Impuestos Prediales:

El Municipio Ecuatoriano fija una tarifa sobre todos los edificios y propiedades localizados dentro de los límites de la ciudad, en base al valor comercial de la tierra determinado por el avalúo del Municipio. Se otorga un descuento a los impuestos prediales pagados durante los seis primeros meses del año fiscal, los impuestos pagados después están sujetos a multas e intereses por mora.

Otros impuestos:

Además de los impuestos ya mencionados, las compañías pueden estar sujetas a otras tarifas dependiendo de la jurisdicción a la que pertenezcan, tales como un impuesto del dos por mil cobrado a todo capital comercial, industrial y bancario de las entidades asociadas a la Cámara de Comercio de Guayaquil.

2.2.2.4 Políticas tributarias en el Ecuador

La legislación tributaria del Ecuador prevé numerosos supuestos de eliminación o reducción de la obligación tributaria de pago, para promover objetivos de política pública, lo que supone una menor recaudación de impuestos para el Estado.

Se denomina “gasto tributario” al monto global de impuestos que dejan de recaudarse como consecuencia de estos beneficios e incentivos y que, de acuerdo con el artículo 94 del Código Orgánico de Planificación de Finanzas Públicas, constituirá un anexo de la proforma del Presupuesto General del Estado.¹⁰

Los incentivos y beneficios adoptan diversas formas en el esquema de cálculo de los impuestos: exoneraciones o exenciones de rentas, consumos y determinados elementos patrimoniales; deducciones a la base imponible, tasas impositivas reducidas, crédito tributario, diferimiento de pago, etc.

El gasto tributario persigue varias finalidades: realizar una mejor distribución de la obligación tributaria, atender situaciones que merecen una especial protección del Estado, promover determinadas conductas en el ámbito de la salud personal y ambiental, así como estimular el empleo y la inversión, en coherencia con los principios que enumera el artículo 300 de la Constitución de la República.

Artículo 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

¹⁰ (SRI, 2013)

tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Recuento de incentivos y beneficios tributarios por políticas públicas (Legislación Vigente)

La matriz que se presenta a continuación constituye un esfuerzo del Servicio de Rentas Internas por acercar a la ciudadanía y a las personas emprendedoras el conocimiento de los beneficios e incentivos que pueden disfrutar en cada uno de los impuestos, por sus decisiones de gasto o inversión, clasificándolas –además– por los distintos objetivos de política pública a los que se atienden. Confiamos que será una herramienta de su utilidad.

TABLA No. 1
TIPOS DE IMPUESTOS Y POLÍTICAS EN ECUADOR

IMPUESTO	AHORRO INVERSIÓN	PRODUCTIVA EMPLEO	JUSTICIA REDISTRIBUTIVA EQUIDAD	PROVISIÓN DE BIENES Y SERVICIOS PÚBLICOS, Y RECIPROCIDAD	MEDIOAMBIENTAL Y OTROS OBJETIVOS
IMPUESTO A LA RENTA	26	25	19	8	
IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS	4	2	2		
IMPUESTO A LAS TIERRAS RURALES		4	3	2	5
IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES		1	1	2	
IMPUESTO A LOS VEHÍCULOS MOTORIZADOS		3	1	4	
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	3	16	19	24	
IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR		2	3	5	2
IMPUESTO REDIMIBLE A LAS BOTELLAS PLÁSTICAS NO RETORNABLES			1	1	
Total general	33	54	49	46	7

Servicio de Rentas Internas, enero 2013

Fuente: SRI Servicio de Rentas Internas

Autor: SRI Servicio de Rentas Internas

2.2.3 Mercadotecnia de servicios

2.2.3.1 Definición y características

El término servicios es difícil de definir, porque frecuentemente los servicios se venden junto con bienes materiales. Para dar una definición útil, identificamos dos clases de servicios: los que son objeto básico de un trato y la otra los que pertenecen los bienes complementarios que facilitan la venta de un bien.

Por su parte William Santón plantea: “Los servicios son actividades identificables e intangibles que constituyen el objeto principal de una transacción cuyo fin es satisfacer las necesidades o deseos del cliente.”¹¹.

Para Philip Kotler: “Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.¹²

2.2.3.2 Características de los servicios

Entre las principales características que se dan a los servicios se encuentran las siguientes:

- a) **Intangibilidad:** Los servicios son intangibles, no se les puede ver, probar, palpar, oír, ni oler antes de comprarlos. El comprador debe tener fe en la persona que ofrece el servicio. Las personas que suministran el servicio deberían hacer algo para mejorar el servicio, entre otras:
- Ampliar la intangibilidad del servicio.
 - Resaltar los beneficios del servicio en vez de limitarse a describir sus características,
 - Desarrollar nombres de marca para sus servicios a fin de aumentar la confianza.
 - Usar a una celebridad para crear confianza.

¹¹ (Stanton, 2005)

¹² (Kotler, 2003)

b) **Inseparabilidad:** Un servicio no puede existir sin sus suministradores, ya se trate de personas o máquinas. Existen varias estrategias para resolver esta limitación:

- Puede aprender a trabajar con grupos más grandes.
- Puede aprender a trabajar más rápido.
- Puede entrenar más suministradores de servicio y ganarse la confianza del cliente.

c) **Variabilidad:** Son bastante variables depende de quién los proporcione, cuándo y dónde. Los usuarios de servicios a menudo son conscientes de esta alta variabilidad y hablan con otros antes de seleccionar a su suministrador. Pueden dar dos pasos hacia el control de calidad:

- Invertir en una buena selección y capacitación del personal.
- Manejar la satisfacción del cliente mediante sistemas de sugerencia y quejas, encuesta del consumidor, y compras por comparación con el fin de detectar y corregir el mal servicio.

d) **Carácter perecedero:** Los servicios no se pueden almacenar. El carácter perecedero de los servicios no es un problema cuando la demanda es constante, ya que es fácil programar los servicios con anticipación.

Sasser ha descrito cuatro estrategias que ayudan a lograr una mejor compenetración entre la oferta y la demanda en un negocio de servicios.

En el lado de la demanda:

- La fijación de precios diferencial.
- La demanda fuera de las horas pico puede cultivarse.
- Los servicios complementarios.
- Los sistemas de reservaciones.

En el lado de la oferta:

- Pueden contratarse empleados de tiempo parcial.
- Pueden introducirse rutinas de eficiencia de periodos pico.
- Puede buscarse la mayor participación del consumidor.
- Puede desarrollarse servicios compartidos.
- Puede desarrollar instalaciones que hagan posible la expansión del potencial.

2.2.3.3 Clasificación de los servicios

La clasificación de la mercadotecnia de los servicios varía ampliamente entre diferentes actores. Por ejemplo, Philip Kotler lo clasifica de la siguiente manera:

PRIMERO:

Los servicios basados en las personas o profesionales, entre ellos tenemos:

- Contabilidad automático de automóviles
- Máquina distribuidoras o Equipo operado por mano de obra poco especializada
- Taxis
- Cinematógrafos o Equipo operado por mano de obra especializada
- Aviones
- Computadoras

SEGUNDO:

Presencia del cliente para el servicio: Los mercadólogos de muchos servicios tratan de asociar sus servicios con clientes particulares, a menudo definidos en cuanto a aspectos demográficos o a estilos de vida. Los clientes ayudan en un alto grado al ambiente de muchos servicios de elevado nivel de contacto, los mercadólogos necesitan atraer clientes de los segmentos del mercado más apropiados.

TERCERO:

Motivo del cliente para la compra: Un conocimiento funcional de los motivos de compra del consumidor le ayudará a entender porque un individuo compra cierto servicio. Aquí encontramos ciertos tipos de motivos de compra.

- Racional: siempre son conscientes es cuando el cliente compra por alguna razón cuidadosamente calculada, es decir por economía, eficiencia, confiabilidad, ahorro de tiempo, de dinero.
- Emocionales: éstos son cuando se involucra sentimientos, por ejemplo orgullo, vanidad, etc. Estos pueden ser conscientes e inconscientes.
- Patrocinio: cuando el cliente compra en un negocio y no en otro, depende de la imagen de la empresa en el área comercial.¹³

CUARTO:

Motivos del suministrador del servicio: Tienen que ver con las razones rentables y no rentables. Que mezcladas estas dos características, pueden producir cuatro tipos bastantes distintos de organizaciones de servicios. Por ejemplo, los hospitales serán distintos en públicos, privados y militares.

2.2.3.4 Creación y prestación de servicios

Todas las organizaciones de servicios se enfrentan a elecciones concernientes a los tipos de productos que deben ofrecer y a los procedimientos operacionales que deben emplear para crearlos: (planificación, creación y prestación de servicios).

El éxito en la mercadotecnia de servicios depende tanto de los servicios existentes como de los nuevos, siendo éstos:

¹³ (Lovelock, 2007)

- Las innovaciones para mercados indefinidos y sin dimensiones.
- Los negocios que se inician consisten en productos nuevos para un mercado que ya cuenta con el servicio de productos que satisfacen la misma necesidad genérica.
- Los nuevos productos que ofrece la empresa, aun cuando estaba disponible en otras partes.
- Las extensiones de la línea de productos son adiciones a la línea actual de productos.
- Los mejoramientos del producto son el tipo de innovación más común, que implica cambios en las características de los productos actuales.
- Los cambios en el estilo de un producto ya existente.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Auditoría.-** Es un proceso sistematizado de control, verificación, y evaluación de los libros contables, registros, documentos y procedimientos operativos con el fin de comprobar la corrección de los registros y las operaciones pertinentes, verificar la documentación y su correspondencia con las operaciones y registros, y evaluar el cumplimiento de los distintos procedimientos del ente, haciendo conocer finalmente un informe del citado proceso.
- **Auditor.-** Persona diplomada de Contador Público que presta servicio de auditoría y que, generalmente, está inscrita en el respectivo Consejo Profesional.
- **Base Imponible:** Monto sobre el cual se aplica la tasa o alícuota para determinar el impuesto base a tributación.
- **Código tributario:** Instrumento legal integrado que regula las relaciones entre la Administración Tributaria y el contribuyente o responsable.
- **Contribuyentes:** Son las personas en las que se verifica el hecho generador de la obligación tributaria.

- **Contribuciones especiales:** Es el tributo que tiene como determinante del hecho generador, beneficios directos para el contribuyente, derivados de la realización de obras públicas o de servicios estatales.
- **Impuesto:** Es el procedimiento de distribución de las cargas públicas entre los individuos de acuerdo con sus capacidades tributarias.
- **Impuesto al valor agregado:** Gravamen al consumo, indirecto, que recae finalmente en el consumidor final de la comercialización de un bien o servicio.
- **Impuesto sobre la renta:** Impuesto anual que se aplica a toda renta, ingreso, utilidad o beneficio obtenido por personas jurídicas o sociedades en un período fiscal determinado.
- **Impuestos sobre sociedades:** Es un tributo de carácter directo y de naturaleza personal que grava la renta de las sociedades y demás entidades jurídicas de acuerdo con las normas impositivas vigentes. Es un impuesto periódico y proporcional.
- **Mora:** Estado en el cual el incumplimiento material se hace jurídicamente relevante. Demora, con relación a su vencimiento, en el pago de una obligación.
- **Multa.-** Pena que consiste en pagar una suma dineraria como consecuencia del incumplimiento de una obligación contractual o por haber cometido un delito o infringido una norma legal.
- **Obligación tributaria:** Constituye un vínculo jurídico, de carácter personal, entre la Administración Tributaria y otros entes públicos acreedores del tributo y los sujetos pasivos de ella.
- **Producto interno bruto PIB:** Valor del conjunto de bienes y servicios producidos en un país durante el término de un año dividido por el número de habitantes del país.

- **Servicio.-** Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.
- **Sistema tributario:** Conjunto de tributos (impuestos, tasas, contribuciones especiales, gravámenes, etc.) que tienen como fin la obtención de recursos para el Estado para que pueda concretar sus actividades y también para que puedan instrumentar políticas de distribución de ingresos sobre la economía en general, mediante la utilización del gasto público.
- **Tasa:** Tributos que personas físicas y jurídicas aportan al Estado por prestaciones públicas específicas.
- **Tributación.-** Es el conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, propiedades, mercancías p servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, vivienda, etc.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee **a mayor TIR, mayor rentabilidad**. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un **proyecto de inversión**.
- **Valor Actual Neto (VAN):** También conocido como valor actualizado neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio es considerado como una investigación no experimental con proyecto factible, que se presenta a través de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa se servicios de Tributación y Auditoría.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de estudio aplicado en la presente investigación es cuali-cuantitativo, pues se parte del análisis cualitativo en lo correspondiente a la definición de los servicios tributarios y contables, y durante el estudio se convierte en cuantitativo en la medida que recoge información para determinar el estudio de factibilidad. Por el lugar se podría considerar como investigación de campo.

3.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

En el desarrollo de la investigación se han empleado tres tipos de fuentes:

Documentales.- El trabajo, inicia por estructurar la fundamentación teórica del estudio, así como clarificar los objetivos a los que se aspira alcanzar; de allí que se acude a fuentes documentales históricas para ir definiendo las variables que intervienen en el trabajo.

Se han utilizado fuentes documentales, como: el Código Tributario, la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, Evaluación de Proyectos, Diseño de proyectos, Mercadotecnia.

Secundarias.- En lo concerniente a este tipo de información se utilizó: Páginas del Internet con estadísticas poblacionales, manuales de estudios de mercado, manual de estudio financiero, manuales del SRI con información tributaria.

Primarias.- Se aplicó una entrevista a expertos en proyectos y una encuesta a comerciantes del Centro Comercial Popular la Condamine.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

La población objetivo de nuestro estudio constituyen los propietarios de los negocios ubicados en el Centro Comercial Popular la Condamine en un total de 750 y a 14 prestadores de servicios tributarios y contables.

3.4.2 Muestra

La muestra ha sido obtenida en base a la siguiente fórmula:

3.4.3 Cálculo de la muestra

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de correlación = 0,25

N = Tamaño de la población = 715

N-1 = Tamaño de la Población menos 1

E = Error máximo admisible = 0,06

K = Constante de corrección del error = 2

Cálculo de la Muestra

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

$$n = \frac{0.25 \times 750}{(750-1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{0.25 \times 750}{(749) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{187,5}{(749) 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{187,5}{0.468125 + 0.25}$$

$$n = \frac{187,5}{0.718125}$$

$$n = 261,0966$$

$$n = 261$$

3.4.4 Selección de la muestra

De total de la muestra se selecciona al azar, en vista de que la población objeto de nuestra investigación es homogénea; todos los negocios propios y de características pequeñas.

Se realiza la investigación con los 261 propietarios de negocios y los 14 prestadores de servicios tributarios y contables.

3.5 MÉTODOS Y TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.5.1 Métodos

En base al tipo de estudio, para el diseño de la investigación se han utilizado los siguientes métodos:

ANALÍTICO-SINTÉTICO.- Este método ha sido utilizado durante todo el proceso investigativo; el mismo nos ha permitido desde un análisis de las situaciones tanto teóricas como prácticas, llegar a síntesis, tomando cada uno de los elementos de estudio; es decir los principios, las teorías y la información proporcionada por los informantes.

INDUCTIVO-DEDUCTIVO.- Se utilizó como procedimiento metodológico, nos apoya en el proceso de análisis y síntesis durante el proceso de la investigación.

HIPOTÉTICO-DEDUCTIVO.- Este método es aplicado a partir del planteamiento de las hipótesis; mismo que nos permite comprobar la relación de las variables hasta llegar a la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

SISTÉMICO.- Se considera sistémico en vista de que la investigación es considerada como un todo, y su estudio sigue un procedimiento determinado desde el planteamiento del problema hasta la comprobación de hipótesis, la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

ESTADÍSTICO.- Este método se utilizó para el procesamiento de los datos obtenidos fruto de las encuestas y entrevistas aplicadas (Estadística Descriptiva).

3.5.2 Técnicas

Para llevar a efecto nuestro trabajo de investigación se utilizó: la encuesta y la entrevista.

Se realizó dos tipos de encuestas, la una estuvo dirigida a los propietarios de los negocios o empresas de servicios tributarios y contables, cuyo objetivo estuvo encaminado a determinar la importancia de los estudios de factibilidad en la implementación de negocios, y la otra destinada a los usuarios para ver la necesidad de implementar un tipo de empresa y si harían uso de los servicios que presta la misma.

La Entrevista.- Se aplicó a expertos para ratificar la información obtenida de las encuestas a los prestadores de servicios contables y tributarios.

3.5.3 Instrumentos

En base a las técnicas utilizadas como instrumentos tenemos al cuestionario de encuesta y a la guía de entrevista.

3.6 RESULTADOS

1. ¿Considera usted que la elaboración de un estudio de factibilidad es decisivo para emprender en un nuevo negocio?

Tabla Nº 2

INDICADOR	f	%
MUY DECISIVO	12	85,71
MEDIANAMENTE DECISIVO	1	7,14
POCO DECISIVO	1	7,14
NADA DECISIVO	0	0,00
TOTAL	14	100

Fuente: Encuesta prestadores de servicios

Autor: Francisca Colcha

GRÁFICO No. 1



Fuente: Datos de la Tabla No. 2

Autor: Francisca Colcha

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los datos arrojados en la investigación de campo fruto de las encuestas aplicadas a los proveedores de servicios en área de contabilidad y tributación, se desprende que la mayoría de la población investigada considera al estudio de factibilidad como herramienta decisiva para el inicio de un nuevo emprendimiento.

Desde el punto de vista de las respuestas se puede dar cuenta que cada vez más los profesionales buscan desarrollar estudios para tomar decisiones en el inicio de un nuevo negocio.

2. ¿Considera usted que un buen estudio de mercado es la base para la ejecución de un proyecto de inversión?

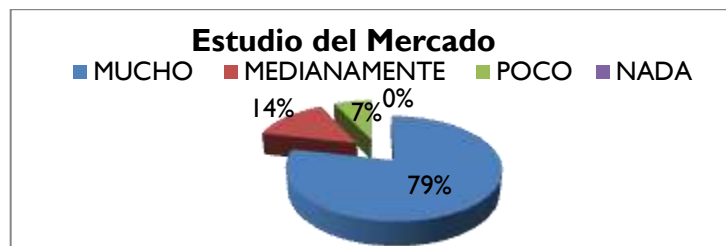
Tabla Nº 3

INDICADOR	f	%
MUCHO	11	78,57
MEDIANAMENTE	2	14,29
POCO	1	7,14
NADA	0	0,00
TOTAL	14	100

Fuente: Encuesta prestadores de servicios

Autor: Francisca Colcha

GRÁFICO No. 2



Fuente: Datos de la Tabla No. 2

Autor: Francisca Colcha

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados sobre la población investigada considera al estudio de mercado constituye la base para el desarrollo de un proyecto de inversión. Sin embargo, y a pesar de ser profesionales 21% aún considera que no es tan importante.

Desde la perspectiva de los expertos y desde la teoría de proyectos, el estudio de mercado es el inicio y el fin de un proyecto, pues si el negocio no se cuenta con sus clientes no se puede sobrevivir con el negocio. También se explica que con una buena segmentación el proyecto estará encaminado hacia el éxito, no así cuando el producto se lanza al mercado sin tener claridad en dicho segmento.

3. ¿Considera usted que el estudio técnico permite organizar adecuadamente el tamaño, localización y personal de una empresa?

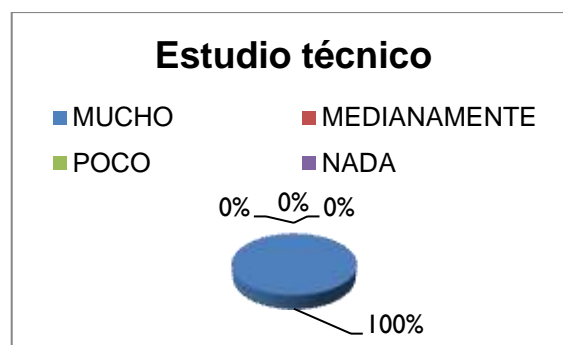
Tabla Nº 4

INDICADOR	f	%
MUCHO	14	100,00
MEDIANAMENTE	0	0,00
POCO	0	0,00
NADA	0	0,00
TOTAL	14	100

Fuente: Encuesta prestadores de servicios

Autor: Francisca Colcha

GRÁFICO No. 3



Fuente: Datos de la Tabla No. 4

Autor: Francisca Colcha

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En este acápite se puede ver que la totalidad de la población investigada considera al estudio técnico como fundamental en la organización de la empresa, en lo que corresponde a localización, tamaño y personal.

4. ¿Cree usted que la micro-localización, es decisiva en el éxito de un proyecto?

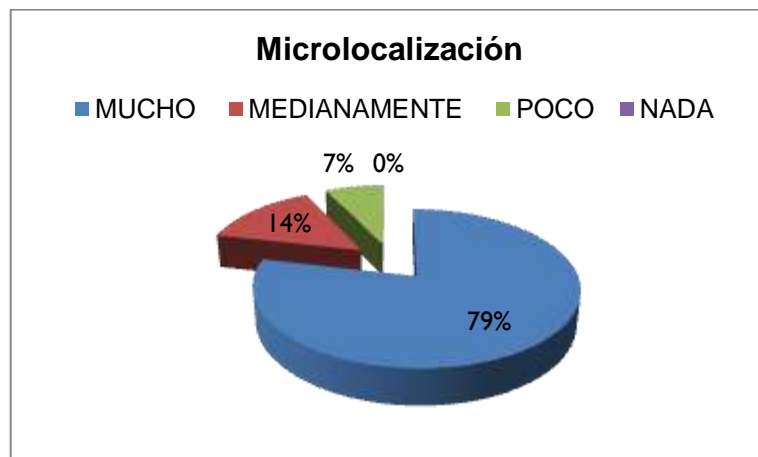
Tabla № 5

INDICADOR	f	%
MUCHO	11	78,57
MEDIANAMENTE	2	14,29
POCO	1	7,14
NADA	0	0,00
TOTAL	14	100

Fuente: Encuesta prestadores de servicios

Autor: Francisca Colcha

GRÁFICO No. 4



Fuente: Datos de la Tabla No. 5

Autor: Francisca Colcha

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En relación a la microlocalización, los informantes mantiene una respuesta similar a la del ítem 2, un la mayoría considera a ésta, como decisiva al momento de implementar un proyecto, el 21% se mantiene en medianamente y poco: Esto asegura que la localización no es tan importante.

5. ¿Cómo cree usted que el estudio financiero apoya en el éxito de un proyecto?

Tabla № 6

INDICADOR	f	%
DE MANERA DECISIVA	11	78,57
POCO DECISIVA	1	7,14
NADA DECISIVA	1	7,14
NO RESPONDE	1	7,14
TOTAL	14	100

Fuente: Encuesta prestadores de servicios

Autor: Francisca

Colcha

GRÁFICO No. 5



Fuente: Datos de la Tabla No. 6

Autor: Francisca Colcha

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede ver, en este acápite la mayoría de la población considera al estudio financiero como decisivo para la implementación de un proyecto de inversión o de creación de la empresa, sin embargo y al igual que con las respuestas anteriores algunos considera no ser tan importante.

6. ¿Considera usted que el estudio de factibilidad incide positivamente en la toma de decisiones, para la implementación de la empresa de servicios de Tributación y Contable en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

Tabla No 7

INDICADOR	f	%
SI	14	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	14	100

Fuente: Encuesta prestadores de servicios

Autor: Francisca Colcha

GRÁFICO No. 6



Fuente: Datos de la Tabla No. 7

Autor: Francisca Colcha

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la información arrojada en la encuesta se puede apreciar que la totalidad de los encuestados consideran que el estudio de factibilidad incide positivamente en la toma de decisiones para la creación de una empresa.

3.7 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la comprobación de la hipótesis, se parte del enunciado tanto de la Hipótesis Nula H_0 , así como de la Hipótesis Alterna H_1 .

H_0 : El estudio factibilidad no incide positivamente en la toma de decisiones para la implementación de una empresa de prestación de Servicios de Tributación y Auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

H_1 : El estudio factibilidad incide positivamente en la toma de decisiones para la implementación de una empresa de prestación de Servicios de Tributación y Auditoría en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

De la información recuperada a través de la investigación se desprende que **“el estudio de factibilidad incide positivamente en la toma de decisiones para la implementación de la empresa de servicios de tributación y auditoría en la ciudad de Riobamba”**, como se puede apreciar en los resultados de la tabla No. 7. De allí que se procede a rechazar la Hipótesis Nula y aceptar la Hipótesis alterna. (H_1)

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

4.1 ESTUDIO DEL MERCADO

4.1.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

Para el análisis del producto, se procede a identificar el producto principal, los subproductos, los productos sustitutos y los productos complementarios que se pueden ofrecer una vez implementado el proyecto.

Producto principal

El producto principal a ofertarse en la empresa constituye el servicio de Asesoría Contable, Tributaria y de Auditoría, destinada a empresas, microempresas, negocios y personas naturales.

Subproductos

Los subproductos a ofrecer en la empresa constituye: Asesoría Contable, Asesoría y trámites tributarios, y elaboración de auditorías.

Productos sustitutos

Un producto sustitutivo podría consistir una empresa consultora para instituciones públicas y privadas.

Productos complementarios

Se puede integrar a la empresa, servicios complementarios como servicios de encomienda, pago en el banco, mensajería, etc.

4.1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

Segmento del Mercado (Clientes Potenciales)

De acuerdo al estudio realizado, se determina que los clientes potenciales para el proyecto (segmento de mercado) constituyen los propietarios de negocios pequeños que declaran IVA e Impuestos a la Renta en la ciudad de Riobamba. Se irá ampliando a empresas medianas y grandes de la ciudad y la provincia.

DEMANDA

Análisis actual y futuro de la demanda

Según el Censo de población y vivienda, realizado en el año 2010; en la provincia de Chimborazo existen 8.063 negocios dedicados al comercio por mayor y menor (objeto de nuestra investigación).

Por su parte el Ilustre Municipio de Riobamba a la fecha ha extendido el permiso de patentes a 20.454 de negocios en el año 2013.¹⁴

Para nuestro estudio se ha segmentado los negocios (pequeños y medianos ubicados en el Centro Comercial Popular la Condamine de la ciudad de Riobamba) que según el reporte del I. Municipio de Riobamba está constituido por 750.¹⁵

Por lo tanto el estudio de la demanda se realiza con esta población.

¹⁴ (Municipio de Riobamba, 2013)

¹⁵ (Municipio de Riobamba, 2013)

Tabla N° 8

PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LOS NEGOCIOS EN EL CCC

INDICADOR	f	%
Prendas de vestir	123	47,13
Calzado	36	13,79
Bisutería	6	2,30
Artesanías	2	0,77
Alimentos	24	9,20
Legumbres	24	9,20
Cárnicos y embutidos	13	4,98
Frutas	14	5,36
Otros	19	7,28
TOTAL	261	100

Fuente: Encuesta a dueños de locales comerciales

Autor: Francisca Colcha

Proyección de la demanda

De la investigación de campo realizada se desprende que el 95% de la población (comerciantes) declara impuestos, que en términos de números constituyen 712 puestos comerciales que se constituye en nuestra población objetivo.

Tabla N° 9

DECLARACIÓN DE IMPUESTOS

INDICADOR	f	%
SI	247	94,64
NO	14	5,36
TOTAL	261	100

Fuente: Encuesta a dueños de locales comerciales

Autor: Francisca Colcha

De esta población, el 40% lo realiza mediante el RISE (284 negocios), y el 60% mediante declaraciones mensuales (428 negocios), se refleja en las encuestas aplicadas a la muestra de la población.

Tabla Nº 10
TIPO DE DECLARACIÓN

INDICADOR	f	%
RISE	99	40,08
DECLARACIÓN MENSUAL	148	59,92
TOTAL	247	100

Fuente: Encuesta a dueños de locales comerciales

Autor: Francisca Colcha

De los 428 negocios que hacen declaraciones, un 53% de la población se encuentra interesado en los servicios de tributación, y un 20% en los servicios de contabilidad y tributación, un 11% en asesoría contable y un 12% en otros servicios, como servicio de copiado, transcripciones, internet. Tan solo un 3,38% dice no estar interesado en ningún servicio.

Tabla Nº 11
INTERÉS EN UN TIPO DE SERVICIO

INDICADOR	f	%
Declaración de impuestos	79	53,38
Asesoría contable	16	10,81
Contabilidad e impuestos	30	20,27
Otros	18	12,16
No estar interesado	5	3,38
TOTAL	148	100

Fuente: Encuesta a dueños de locales comerciales

Autor: Francisca Colcha

En relación a servicios complementarios como la mensajería, depósitos bancarios y transacciones comerciales, un 42% manifiesta como positivo, y en un 32% estaría interesado en usar estos servicios, siempre y cuando garanticen como empresa.

OFERTA

Análisis actual y futuro de la oferta

Del análisis realizado se desprende que en la ciudad de Riobamba existen 28 profesionales registrados ofertando este servicio; de ellos, la mayoría se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad (cercanos al SRI), un porcentaje menor en barrios y ninguno al interior del Centro Comercial La Condamine. Sin embargo con la información recuperada de la investigación se desprende que los trámites donde reciben este servicio están concentrados en 4 profesionales del centro de la ciudad.

ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

De la consulta realizada en las empresas de servicios contables y tributarios, así como a los propietarios de los negocios se desprende que los costos promedios oscilan en los siguientes valores:

Declaración mensual del IVA:	15 USD
Declaración del Impuesto a la Renta:	20 USD
Llevar la contabilidad de un negocio:	100 USD
Otros	10 USD

CONCLUSIONES

Del análisis se desprende que se requiere mantener un crecimiento promedio de un 10% en la población objetivo, para lograr una tasa interna de retorno favorable.

Es necesario que el proyecto no solamente mantenga su población objetivo actual, sino ampliar a nuevos segmentos, especialmente a negocios medianos y grandes.

4.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA

4.2.1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

De acuerdo al estudio de Mercado, y al enfoque organizacional propuesto, la empresa estará constituida como una Compañía Limitada con 3 socios:

La empresa estaría integrada por especialistas con énfasis en: Contabilidad, Auditoría y Tributación.

Además se requiere contratar un asistente de servicios, quien será el encargado del mantenimiento de la oficina, y de los trámites en oficinas, bancos, y servicios de encomiendas.

4.2.2 LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN

MACROLOCALIZACIÓN

De acuerdo al estudio, el proyecto estará ubicado en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo.

MICROLOCALIZACIÓN

Una vez analizado el segmento de mercado, las facilidades de servicios, así como la concentración de los negocios y la ausencia de competencia en el sector; el proyecto sugiere como punto estratégico para el desarrollo de sus actividades el interior del Centro Comercial la Condamine.

4.2.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

En función de los estudios realizados, la empresa al principio de su arranque estará en capacidad de atender al 25% de su demanda, es decir trabajar en la asesoría contable y tributaria con 100 negocios e ir incrementando paulatinamente en un 10% mensual.

Para el desarrollo de la actividad, las oficinas de la empresa deben ubicarse en el interior del Centro Comercial “La Condamine”. Para dar un servicio óptimo se requiere de una oficina de entre 96 y 110 metros cuadrados, equipada con equipos de cómputo, copiadora e internet.

4.2.4 MARCO LEGAL

Se propone que se inicie como una empresa desde su inicio con la característica de CIA. LTDA.; pues, este tipo de empresas son cerradas y se pueden integrar a partir de 3 personas y se pueden expandir hasta 15.

Para ello se requiere de la constitución de la Compañía mediante Escritura Pública y el registro en la Superintendencia de Compañías.

CONCLUSIONES

El estudio nos demuestra que es factible la implementación de la empresa de servicios contables y de tributación en el Centro Comercial La Condamine de la ciudad de Riobamba.

En relación a la estructura organizacional se considera pertinente la formación de una empresa de servicios con la constitución de una Cía. Ltda.

4.3 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

El plan de manejo ambiental establece en detalle y en orden cronológico las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar, corregir y compensar los posibles impactos ambientales negativos, o acentuar los impactos positivos causados en el desarrollo de una acción propuesta.

Amparados en la Ley de Gestión Ambiental en el artículo 21 dice: “Todo proyecto de inversión deberá contar con un estudio de impacto ambiental, evaluación de riesgos,

planes de manejo, sistemas de monitoreo o planes de contingencia o mitigación dependiendo del caso”, el Proyecto “Empresa de Servicios Contables y de Tributación” no tiene previsto impacto ambiental alguno; pues la misma constituye una empresa de servicios; sin embargo para evitar cualquier tipo de contaminación: como políticas de la misma se considera la reutilización de papel a través del reciclaje, el uso de bicicleta para el mensajero, y uso de la tecnología para las comunicaciones.

En el caso de la basura, y el agua; se formará parte del sistema público de agua potable, alcantarillado y de recolección de la basura.

4.4 ESTUDIO DE IMPACTO SOCIOCULTURAL

Desde el punto de vista social el proyecto está encaminado a brindar un servicio de calidad, equidad y respeto a la diversidad cultural.

Desde el punto de vista económico, se pueden utilizar otros servicios complementarios como el de mensajería, depósitos bancarios, transacciones comerciales, entre otros.

4.5 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

La evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente, es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuada. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

Los estudios de mercado, así como los técnicos y los económicos, brindan la información necesaria para estimar los flujos esperados de ingresos y costos que se producirán durante la vida útil de un proyecto en cada una de las alternativas posibles.

La comparación de estos flujos de beneficios y costos tienen que ser atribuibles al proyecto. Al decidir sobre la ejecución del mismo no deben tomarse en cuenta los flujos pasados ni las inversiones existentes.

4.5.1 Inversiones

La inversión que se requiere en este proyecto da origen a tres tipos de inversiones Activos fijos, activos diferidos y activo circulante.

Cuadro N° 1
INVERSIONES DEL PROYECTO

BIENES MUEBLES Y EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipos de Cómputo	3	750	2.250,00
Software necesario	2	1200	1.200,00
Impresora Copiadora	1	3800	3.800,00
Estaciones de trabajo	4	320	1.280,00
mesa de reuniones	1	380	380,00
Sillas tipo secretaria	3	120	360,00
Sillas normales	5	35	175,00
Juego de muebles	1	890	890,00
INVERSIÓN TOTAL			11.535,00

Fuente: Entrevista expertos

Autor: Francisca Colcha

CUADRO No. 2
SUMINISTROS Y MATERIALES

RUBROS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Papel bond resmas	50	4	200
Tijeras	3	3,5	10,5
Engrampadora	3	4,5	13,5
Perforadora	3	4,5	13,5
Insumos varios	1	762,5	762,5
TOTAL			1000

Fuente: Entrevista expertos

Autor: Francisca Colcha

CUADRO No. 3
COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO

NOMBRE DEL CARGO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL (\$)	TOTAL ANUAL (\$)
Arrendamiento del local	1	350,00	4.200,00
Servicio de Internet	1	87,00	1.440,00
Profesional	2	500,00	7.200,00
Asistente	1	340,00	4.200,00
Limpieza y otros	1	100,00	1.440,00
TOTAL		1.377,00	22.524,00

Fuente: Investigación de mercado

Autor: Francisca Colcha

4.5.2 Valor actual neto y tasa interna de retorno

El Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo, desde que se incurre en el primer gasto de inversión durante el proceso inversionista hasta que concluyen los años de operación o funcionamiento de la inversión.

En este caso tenemos un Valor Actual Neto (VAN) de 55.479,58 dólares Americanos en el lapso de los seis años que dura el proyecto, con una tasa de retorno (TIR) del 84,76%.

CUADRO No. 4

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

RUBROS	AÑOS						
	0	1	2	3	4	5	6
INGRESOS							
por venta del servicio	0	30.048,00	36.057,60	43.269,12	51.682,56	62.019,07	74.422,89
valor residual	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	-	30.048,00	36.057,60	43.269,12	51.682,56	62.019,07	74.422,89
EGRESOS o COSTOS							
Inversión	14.660,00	0	0	0	0	0	0
Costos de O/M	350,00	20.190,00	22.209,00	24.228,00	29.997,00	32.016,00	34.035,00
TOTAL EGRESOS	15.010,00	20.190,00	22.209,00	24.228,00	29.997,00	32.016,00	34.035,00
F.N.C (I - C)	-15.010,00	9.858,00	13.848,60	19.041,12	21.685,56	30.003,07	40.387,89
	69.652,77	0,93					
Tasa de descuento	12,00%						
VA = VF/(1+i) ⁿ							
VF/(1+i) ⁿ	- 15.010,00	8.801,79	11.040,02	13.553,09	13.781,57	17.024,55	20.461,76
VAN =	69.652,77	dólares					
VANf =	69.652,77			9858,00			
				13848,60			
TIRf =	92,63%			19041,12			
				21685,56			
B/Cf =	1,57			30003,07			
				40387,89			
VAN ingresos	192.113,01	dólares		134824,24	PRI		
VAN costos	122.460,24	dólares			2.967		

4.5.3 Período de recuperación del capital

Para su cálculo se toma la sumatoria de los flujos de caja de los diferentes años al cual se le resta la inversión inicial, el resultado obtenido se lo divide para el flujo de caja del último año obteniéndose el tiempo en el cual se recupera la inversión, que en este caso es de dos años, siete meses y 6 días.

$$\text{PRI} = \frac{\text{SUMATORIA FLUJO DE CAJA DIFERENTES AÑOS} - \text{INVERSIÓN INICIAL}}{\text{FLUJO DE CAJA ÚLTIMO AÑO}}$$

$$\text{PRI} = \frac{109.556,74 - 11.885,00}{35.934,39}$$

$$\text{PRI} = 2,718$$

a) meses

b) días

1 año	12 meses	1	30
0,718	X = 8,616 meses	0,616	X = 18.48

días

Tiempo del período de recuperación de la inversión del capital es de 2 años, 8 meses, 18 días.

4.5.3 Relación beneficio costo

B/C > 1: se puede realizar el proyecto

B/C = 1: es indiferente realizar el proyecto

B/C < 1: se debe rechazar el proyecto

En nuestro caso como podemos ver en el Cuadro No. 5 del Estudio Financiero nuestro dato en relación costo beneficio es de 1,57.

4.5.4 Punto de equilibrio

Del estudio realizado se desprende que como ingresos por concepto de servicios necesarios para que la empresa responsable del proyecto opere sin pérdidas ni ganancias debe ingresar como mínimo la cantidad de 150 dólares americanos diarios equivalente a 6 paquetes diarios y con la proyección debería vender por una cantidad de 3000 USD mensual. Si las ventas de servicios están por debajo la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

Además el punto estudio sugiere que el paquete para mantener utilidad y suba de 25,04 a 27,04 USD.

CUADRO No. 05

MODELO PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PRECIO DE VENTA	100
COSTOS FIJOS	95
COSTOS VARIABLES	38
PUNTO DE EQUILIBRIO	2

COMPROBACIÓN GANANCIA	
P(x)=	Cf + CV(x)
Px	153
Cf + CVx	153
GANANCIA	-

UNIDADES PARA ALCANZAR EL MARGEN		
PRECIO DE X	100	
MARGEN ACTUAL	62	62%
MARGEN ESPERADO	70	70%
DIFERENCIA	8	8%
NUEVO PRECIO	108	
UNIDADES PARA ALCANZAR EL MARGEN		1

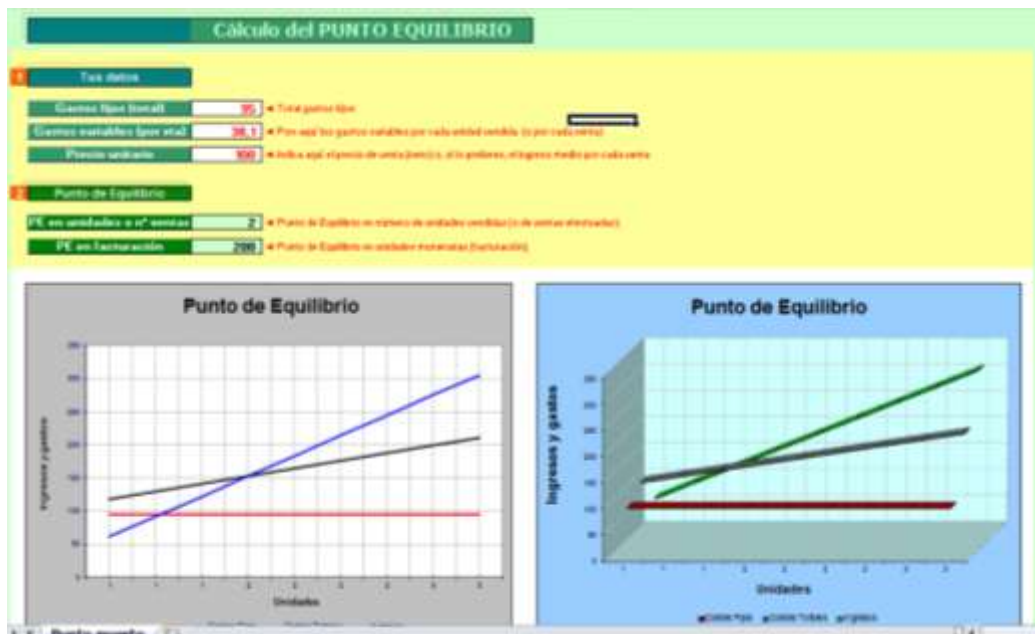
VOLUMEN DE VENTAS	
VENTAS	100
P(x)=	Cf + CV(x)
Px	10.000
Cf + CVx	3.908
GANANCIA	6.093

Elaborado: Francisca Colcha

El porcentaje que resulta con los datos manejados, indica que de las ventas totales, el 70% es empleado para el pago de los costos fijos y variables y el 30% restante, es la utilidad neta que obtiene la empresa.

GRÁFICO NO. 7

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado: Francisca Colcha

En el gráfico se puede observar que el punto de equilibrio se encuentra en el rango 150.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Una vez concluido con el estudio de factibilidad apoyándonos en los estudios de: mercado, técnico, organizacional, legal, social, de impacto ambiental y económico financiero se concluye en lo siguiente:

- El Estudio demuestra que es factible la implementación de la empresa de servicios tributarios y de auditoría en el Centro Comercial La Condamine de la ciudad de Riobamba es viable.
- En vista de que el segmento de mercado constituyen los propietarios de los negocios del Centro Comercial, es necesario que las oficinas estén ubicadas en el interior del mismo.
- Según el estudio de mercado, la implementación de productos complementarios al producto principal es muy importante, pues por el número de negocios y la ubicación ayudaría a incrementar la productividad.
- En lo concerniente a la oferta, si bien en la actualidad no existe en el momento y el estudio se ha proyectado con oferta cero, es necesario que el proyecto tome en cuenta la posibilidad de implementación de otras empresas o negocios particulares con servicios similares en el sector.
- La evaluación financiera calculada con los diferentes criterios como el flujo de caja, Valor actual neto, Tasa interna de retorno, y relación beneficio costo, demuestran la factibilidad del proyecto; se recupera la inversión en dos años, cinco meses y cinco días.

RECOMENDACIONES

- Implantar la empresa en el mercado para prestar los servicios tributarios y contables a la ciudadanía.
- Realizar los trámites correspondientes para la conformación de la empresa y ubicar espacios para las oficinas en el interior del Centro Comercial la Condamine.
- Seleccionar del segmento de mercado los negocios que requieren del servicio y empezar a trabajar con una oferta desde afuera para conseguir su mercado cautivo.
- La empresa debe ir creciendo y paulatinamente ir ofreciendo a los clientes servicios complementarios, junto la calidad en la atención y en el trabajo desarrollado. Garantizar a sus clientes.

BIBLIOGRAFÍA

MUNICIPIO DE RIOBAMBA. (2013). *REGISTRO ESTADISTICO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS*. Riobamba: IMR.

BUSTOS, Y. C. (17 de 02 de 2012). *BUSTOS Y CÍA*. Recuperado el 14 de 10 de 2013, de BUSTOS Y CÍA: <http://www.bybtax.cl/planificacion.html>

CARRASQUERO R., D. (05 de 10 de 2004). *El estudio del mercado guía para estudios de factibilidad*. Obtenido de GESTIOPOLIS:

<http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

EMPRENDEDOR. (05 de 10 de 2009). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD:

<http://es.scribd.com/doc/12953479/Capitulo-2-Ingenieria-de-Proyectos>

INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito: INEC.

INEC. (2010). *PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN REGIONES, PROVINCIAS Y SEXO*. Quito: inec.

KOT LER, P. (2003). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Editorial Prentice Hall.

LOVELOCK, C. (2007). *Mercadotecnia de servicios*. México: Editorial Prentice Hall.

LYN O'NEIL, J. (10 de 10 de 2012). *EHOW*. Obtenido de EHOW:

http://www.ehowenespanol.com/evaluacion-financiera-proyectos-hechos_80815/

OCEANO ENCICLOPEDIA. (2008). *Enciclopedia Practica de la Pequeña y Mediana Empresa. Capitulo 4. Pagina 264-273*. México: Oceano.

RAMÍREZ ALMAGUER, D. y. (14 de 10 de 2009). *EUMED.NET*. Obtenido de

EUMED.NET: <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

SRI. (10 de 08 de 2013). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 10 de 08 de 2013,

de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/659>

STANTON, W. (2005). *Fundamentos de Marketing*. México: Editorial Mc Graw Hill.

VERGARA CARRASCO, R. (2010). Importancia de los costos en los negocios y proyectos. *VIRTUALPRO* , 5-6.

WIKIPEDIA. (22 de 11 de 2013). *Wikipedia Enciclopedia Libre*. Recuperado el 23 de

11 de 2013, de Wikipedia Enciclopedia Libre: <http://es.wikipedia.org/wiki/Negocio>

ANEXOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Cuestionario Aplicado a los propietarios de las Oficinas Contables

1. ¿Considera usted que la elaboración de un estudio de factibilidad es decisivo para emprender en un nuevo negocio?
Muy decisivo () Medianamente decisivo () Poco decisivo () Nada decisivo ()
2. ¿Considera usted que un buen estudio de mercado es la base para la ejecución de un proyecto?
Mucho () Medianamente () Poco () Nada ()
3. ¿Considera usted que el estudio técnico nos permite organizar adecuadamente el tamaño, localización y personal de una empresa?
Mucho () Medianamente () Poco () Nada ()
4. ¿Cree usted que la micro-localización, es decisiva en el éxito de un proyecto?
Mucho () Medianamente () Poco () Nada ()
5. ¿Cómo cree usted que el estudio financiero apoya en el éxito de un proyecto?
De manera decisiva () Poco decisiva () Nada decisiva ()
6. ¿Considera usted que el estudio de factibilidad incide positivamente en la toma de decisiones, para la implementación de la empresa de servicios de Tributación y Contable en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?
SI () NO ()

ILUSTRE MUNICIPIO DE RIOBAMBA
REGISTRO ESTADISTICO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

CÓDIGO	ACTIVIDAD	TOTAL
2120	RE-00600	3
166	ROPA, TELAS Y AFINES	1363
197	ROPA USADA	101
281	SACOS, LONAS, COSTALES	8
8250	SALA DE RECEPCIONES	13
128	SALON DE COMIDAS	327
130	SASTRERIA	102
8557	SECRETARIA	1
217	SEGURIDAD PRIVADA	26
246	SERVICIO DE INTERNET	494
8559	SERVICIO DE MENSAJERIA	1
8462	SERVICIO DE TRANSPORTE	37
8677	SERVICIO DE TRASPORTE TERRESTRE	2
8536	SERVICIO DOMÉSTICO	1
8608	SERVICIO TECNICO CELULAR	6
8247	SERVICIOS CONTABLES Y DE AUDITORIA	41
251	SERVICIOS DE APOYO A LA EDUCACION	51
8611	SERVICIOS DE APOYO EN SALUD	8
131	SERVICIOS DE ENCOMIENDAS	28
304	SERVICIOS DE LIMPIEZA	6
8217	SERVICIOS EXEQUIALES	3
8609	SERVICIOS PRESTADOS ENCUESTADOR	5
8586	SERVICIOS PROFESIONALES DE TURISMO	2
8657	SEVICIO DE INSTALACIÓN Y MANTEN. ELECTRICO	1
8471	SNACK BAR Y COMIDAS RAPIDAS	9
277	SOGAS	15
151	SOMBRERERIA	6
167	SOMBREROS	28
247	SUMINISTROS DE COMPUTACION, COPIADORAS	35
132	SUPERMERCADO	14
222	TALABARTERIA	10
133	TALLER CONFECCION ROPA Y AFINES	151
134	TALLER DE ARTESANIAS	45
135	TALLER DE CARPAS	7
224	TALLER DE FUNDICION	4
136	TALLER DE PINTURA	20
137	TALLER DE REPARACIONES	148
138	TALLER DE TAPICERIA	47
139	TALLER ELECTRONICO	120
8282	TATUAJES Y PERFORACIONES	2
168	TEJIDOS, BAYETAS, FAJAS	77
9282	TERAPIAS ALTERNATIVAS	1
140	TERCENA	201
158	TIENDA	185
242	TINTOTERIA	6
8113	TOMATE DE ARBOL	79
8112	TOMATE DE CARNE	44
141	TRABAJOS EN COMPUTACION	48
148	TRABAJOS EN PARQUET	11
8554	TRANSPORTE DE CARGA PESADA	6
168	TRASTOS	3