



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE
BRINDE SERVICIOS TRIBUTARIOS PARA GENERAR
ANEXOS TRANSACCIONALES POR MEDIO DE UN PORTAL
WEB EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTOR:

Layana Duarte, Denisse Andrea

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

TUTOR:

MGS. Loor Ávila, Beatriz Annabell

Guayaquil, Ecuador

14 Septiembre del 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Layana Duarte, Denisse Andrea**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**

TUTOR

f. _____
Lcda. Loor Ávila Beatriz Annabell, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, Mgs

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Layana Duarte, Denisse Andrea**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar anexos transaccionales por medio por medio de una plataforma web en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del 2017

EL AUTOR

f. _____

Layana Duarte, Denisse Andrea



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Layana Duarte, Denisse Andrea**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar anexos transaccionales por medio por medio de una plataforma web en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

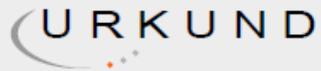
Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del 2017

EL AUTOR:

f. _____

Layana Duarte, Denisse Andrea

REPORTE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: casi final.docx (D30285146)
Submitted: 2017-08-29 21:36:00
Submitted By: biachimsc70@gmail.com
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

AGRADECIMIENTO

Antes que nada, agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de seguir preparándome en una buena Universidad, a mis padres que con mucho esfuerzo y dedicación hicieron lo posible para que ingresara a una universidad pagada, a mi madre quien siempre ha sido la persona que Cristhian Bermúdez que, sin importar hora, me ha ayudado siempre, aquel que me apoyó en situaciones incómodas, mi cómplice y alcahuete.

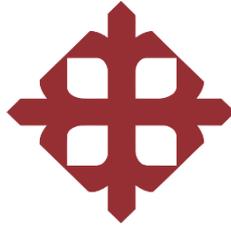
También a mi esposo quien cuando estuvo a punto de caer y desmayar, me sostuvo y levantó de nuevo, quien con cariño me enseñó a tener paciencia y ser constante.

Y finalmente al míster Raúl, que también me ayudó y guió en el desarrollo de la presente.

DEDICATORIA

La presente propuesta es dedicada a mis padres, que con mucho esfuerzo me permitieron llegar hasta aquí.

A Cristhian (Chicho Andrés) que ayudó a que este trabajo fuera posible.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Lcda. Loor Ávila Beatriz Annabell, Mgs
TUTOR

f. _____
Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, Mgs
DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Lcda. Loor Ávila Beatriz Annabell, Mgs
COORDINADO DEL ÁREA DE LA CARRERA

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
REPORTE URKUND	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	viii
CAPÍTULO 1	23
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
1.1. Tema – Título	23
1.2. Justificación.....	23
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	24
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	24
1.5. Objetivos de la Investigación.....	25
1.5.1. Objetivo General.....	25
1.5.2. Objetivos Específicos.....	25
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	26
1.7. Planteamiento del Problema	26
1.8. Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación.....	27
1.8.1. Marco Referencial.....	27
1.8.2. Marco Teórico	29
1.8.3. Marco Conceptual.....	31
1.8.4. Marco Lógico	32
1.9. Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.	33
1.10. Cronograma	34
CAPÍTULO 2.....	36
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	36
2.1. Análisis de la Oportunidad.....	36
2.1.1. Descripción de la idea de negocio: Modelo de negocio.....	36
2.1.2. Descripción de la oportunidad de negocio	36
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa	37
2.3. Objetivos de la Empresa	37
2.3.1. Objetivo General.....	37

2.3.2. Objetivos Específicos.....	38
CAPÍTULO 3.....	40
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	40
3.1. Aspectos Societario de la Empresa.....	40
3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa).....	40
3.1.2. Fundación de la Empresa	40
3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones	41
3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo	41
3.2.1. Código de Ética	41
3.3. Propiedad Intelectual.....	42
3.3.1. Registro de Marca.....	42
3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto.....	42
3.3.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)	43
3.4. Presupuesto Constitución de la empresa al concluir el plan financiero	43
CAPÍTULO 4.....	46
4. AUDITORÍA DE MERCADO	46
4.1. PEST	46
4.1.1. Político	46
4.1.2 Económico	47
4.1.3 Social	49
4.1.4 Tecnológico	50
4.2 Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.	51
4.3 Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	53
4.4 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones	53
4.5 Análisis de la Oferta	55
4.5.1. Tipo de Competencia	55
4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	57
4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	57
4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	57
4.6. Análisis de la Demanda	58
4.6.1 Segmentación de Mercado	58
4.6.2 Criterio de Segmentación	58
4.6.3 Selección de Segmentos	59

4.6.4	Perfiles de los Segmentos	59
4.7	Matriz FODA.....	60
4.8	Investigación de Mercado.....	61
4.8.1	Método.....	61
4.8.2	Diseño de la Investigación	61
4.8.2.1	Objetivos de la Investigación: General y Específicos	61
4.8.2.2	Tamaño de la Muestra	62
4.8.2.3	Técnica de recogida y análisis de datos.....	63
4.8.2.3.1	Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.).....	63
4.8.2.3.2	Concluyente (Encuesta)	63
4.8.2.4	Análisis de Datos.....	63
4.8.2.5	Resumen e interpretación de resultados	70
4.8.3	Conclusiones de la Investigación de Mercado	70
4.8.4	Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	70
CAPÍTULO 5	72
5. PLAN DE MARKETING	72
5.1	Objetivos: General y Específicos.....	72
5.1.1	Mercado Meta	72
5.1.1.1	Tipo y Estrategias de Penetración.....	72
5.1.1.2	Cobertura	72
5.2	Posicionamiento	73
5.2.1	Estrategia de posicionamiento: Posición, objetivo, segmento, atributos y ventaja competitiva.....	73
5.3	Marketing Mix	73
5.3.1	Estrategia de Producto o Servicios	73
5.3.1.1	Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado	73
5.3.1.2	Amplitud y Profundidad de Línea	73
5.3.1.3	Marcas y Submarcas.....	74
5.3.2	Estrategia de Precios.....	75
5.3.2.1	Precios de la Competencia	75
5.3.2.2	Poder Adquisitivo del Mercado Meta.....	75
5.3.2.3	Políticas de Precio.....	75
5.3.3	Estrategia de Plaza	76
5.3.3.1	Localización de Puntos de Venta	76
5.3.3.1.1	Distribución del Espacio	76
5.3.3.1.2	Merchandising	77
5.3.3.2	Sistema de Distribución Comercial.....	77

5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.	77
5.3.3.2.2 Logística	77
5.3.3.2.3 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones	77
5.3.4 Estrategias de Promoción	78
5.3.4.1 Promoción de Ventas	78
5.3.4.2 Venta Personal.....	78
5.3.4.3 Publicidad.....	79
5.3.4.3.1 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje	79
5.3.4.3.2 Estrategias ATL y BTL.....	79
5.3.4.3.3 Estrategia de Lanzamiento	80
5.3.4.3.4 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.	80
5.3.4.4 Relaciones Públicas	80
5.3.4.5 Marketing Relacional.....	80
5.3.4.6 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto	81
5.3.4.6.1 Estrategias de E-Commerce.....	81
5.3.4.6.2 Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales.....	81
5.3.4.6.3 Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales	81
5.3.4.7 Cronograma de Actividades de Promoción	81
5.4 Presupuesto de Marketing.....	82
CAPÍTULO 6.....	84
6 PLAN OPERATIVO.....	84
6.1 Producción	84
6.1.1 Proceso Productivo.....	84
6.1.2 Flujogramas de procesos.....	85
6.1.3 Infraestructura.....	87
6.1.4 Mano de Obra.....	87
6.1.5 Capacidad Instalada	88
6.1.6 Presupuesto.....	88
6.2 Gestión de Calidad	88
6.2.1 Políticas de calidad	88
6.2.2 Procesos de control de calidad	89
6.2.3 Presupuesto.....	89
6.3 Gestión Ambiental	90

6.3.1 Políticas de protección ambiental	90
6.3.2 Procesos de control ambiental.....	90
6.3.3 Presupuesto.....	90
6.4 Gestión de Responsabilidad Social.....	90
6.4.1 Políticas de protección social.....	90
6.4.2 Presupuesto.....	90
6.5 Estructura Organizacional	91
6.5.1 Organigrama.....	91
6.5.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	91
6.5.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos.....	92
CAPITULO 7	94
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	94
7.1. Inversión Inicial.....	94
Fuente: La investigación	94
7.1.1. Tipo de Inversión	94
7.1.1.1. Fija	94
7.1.1.2. Diferida.....	95
7.1.1.3. Corriente	95
7.1.2. Financiamiento de la Inversión	96
7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento	96
7.1.2.2. Tabla de Amortización.....	96
7.1.3. Cronograma de Inversiones.....	96
7.2. Análisis de Costos	97
7.2.1. Costos Fijos	97
7.2.2. Costos Variables.....	97
7.3. Capital de Trabajo	97
7.3.1. Gastos de Operación	97
7.3.2. Gastos Administrativos	98
7.3.3. Gastos de Ventas	98
7.3.4. Gastos Financieros	99
7.4. Análisis de Variables Críticas	99
7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	99
7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	99
7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio	100
7.5. Entorno Fiscal de la Empresa	101
7.6. Estados Financieros proyectados	101

7.6.1. Balance General	101
7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	102
7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado	103
7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	103
7.6.2.1.1.1. TMAR	103
7.6.2.1.1.2. VAN.....	104
7.6.2.1.1.3. TIR	104
7.6.2.1.1.4. PAYBACK	104
7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	104
7.8. Razones Financieras.....	105
7.8.1. Liquidez	105
7.8.2. Gestión	105
7.8.3. Endeudamiento.....	105
7.8.4. Rentabilidad.....	106
7.9. Conclusión del Estudio Financiero	106
CAPÍTULO 8.....	108
8. PLAN DE CONTINGENCIA	108
8.1. Principales riesgos	108
8.2. Monitoreo y control del riesgo	108
8.3. Acciones Correctivas.....	109
CAPÍTULO 9.....	112
9. CONCLUSIONES	112
CAPÍTULO 10.....	114
10. RECOMENDACIONES.....	114
CAPÍTULO 11	116
11. FUENTES	116
CAPÍTULO 12.....	120
12. ANEXOS.....	120
CAPÍTULO 13.....	123
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco lógico de la propuesta	32
Tabla 2 Características de la empresa	40
Tabla 3 Detalle de los accionistas.....	41
Tabla 4 Presupuesto para los permisos de los bomberos	43
Tabla 5 Presupuesto para la constitución de la compañía.....	43
Tabla 6 Presupuesto para los permisos del municipio.....	44
Tabla 7 Empresas que utilizan TIC	50
Tabla 8 Distribucion de los sistemas operativos por sector	52
Tabla 9 Inversión de las TIC por sector	52
Tabla 10 Características de la competencia	57
Tabla 11 Segmento de mercado.....	59
Tabla 12 Matriz FODA de la propuesta.....	60
Tabla 13 Tipos de paquetes de la propuesta	74
Tabla 14 Paquetes de lanzamiento.....	80
Tabla 15 Cronograma de actividades de promoción.....	81
Tabla 16 Presupuesto de marketing	82
Tabla 17 Infraestructura	87
Tabla 18 Detalle de la mano de obra	88
Tabla 19 Presupuesto de gestión de calidad	89
Tabla 20 Presupuesto de gestión ambiental.....	90
Tabla 21 Presupuesto de protección social	91
Tabla 22 Detalle de la inversión inicial.....	94
Tabla 23 Detalle inversión fija	94
Tabla 24 Detalle inversión diferida.....	95
Tabla 25 Detalle inversión corriente.....	95
Tabla 26 Fuente de financiamiento del proyecto	96
Tabla 27 Detalle del cronograma de inversiones	96
Tabla 28 Detalle de costos fijos	97
Tabla 29 Costos Variables.....	97
Tabla 30 Detalle de gastos de operación.....	98
Tabla 31 Detalle de gastos administrativos	98
Tabla 32 Detalle de gastos de ventas.....	98

Tabla 33 Detalle de costos unitarios	99
Tabla 34 Mark – Up por producto	99
Tabla 35 Pronostico de ventas en unidades	100
Tabla 36 Pronostico de ingresos.....	100
Tabla 37 Pronostico de costos.....	100
Tabla 38 Detalle del punto de equilibrio.....	101
Tabla 39 Balance general proyectado	102
Tabla 40 Estado de resultado proyectado	103
Tabla 41 Flujo de efectivo proyectado	103
Tabla 42 Calculo de la tasa del accionista.....	104
Tabla 43 Análisis de sensibilidad.....	104
Tabla 44 Indicadores de liquidez	105
Tabla 45 Detalle de indicadores de gestión	105
Tabla 46 Detalle de los indicadores de endeudamiento	105
Tabla 47 Detalle de los indicadores de rentabilidad.....	106
Tabla 48 Descripción de los riesgos	108
Tabla 49 Acciones correctivas para los riesgos.....	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Cronograma del desarrollo de la propuesta	34
Gráfico 2 Marca a Patentar	42
Gráfico 3 Crecimiento de las TIC en el Producto Interno Bruto	48
Gráfico 4 Estrato de la presente propuesta	49
Gráfico 5 Inversión de las empresas en TIC	50
Gráfico 6 Distribución del monto de inversión en TIC	51
Gráfico 7 Ciclo de vida del producto	53
Gráfico 8 Análisis POTER de la investigación	54
Gráfico 9 Sistema SITAC PLUS.....	56
Gráfico 10 Funcionalidad del Sistema SITAP PLUS.....	56
Gráfico 11 Calculo de la muestra para el desarrollo de las encuestas	62
Gráfico 12 Tipos de negocios encuestados	64
Gráfico 13 Tipo de obligación del contribuyente	64
Gráfico 14 Tipos de contribuyentes encuestados	65
Gráfico 15 Facilidad de uso de los contribuyentes.....	65
Gráfico 16 Conocimiento sobre los ATS	66
Gráfico 17 Conocimiento sobre la aplicación de ATS	66
Gráfico 18 Disponibilidad para aceptar la propuesta	67
Gráfico 19 Aplicación de los ATS.....	67
Gráfico 20 Tipo de persona que realiza la aplicación de los ATS	68
Gráfico 21 Gusto y preferencia por la reducción de tiempo	68
Gráfico 22 Poder adquisitivo del mercado	69
Gráfico 23 Características necesarias para el cliente	69
Gráfico 24 Logo de la propuesta.....	75
Gráfico 25 Distribucion de la oficina.....	76
Gráfico 26 Diseño de la publicidad a utilizar	79
Gráfico 27 Flujograma del desarrollo de la plataforma	85
Gráfico 28 Flujograma del proceso de funcionamiento	86
Gráfico 29 Flujograma del proceso de asistencia al usuario.....	86
Gráfico 30 Capacidad Instalada.....	88
Gráfico 31 Estructura organizacional	91
Gráfico 32 Detalle del proceso de control	109

RESUMEN

El presente trabajo de titulación sugiere la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar Anexos Transaccionales por medio de una plataforma web en la ciudad de Guayaquil. En sí, propone que la plataforma ayude al contribuyente a integrar y preparar la información para generar los anexos, declaraciones de forma más rápida y segura, ya que tiene como fin reducir errores y tiempo. Además de guardar y respaldar los datos en una nube para así brindarles la confianza necesaria.

Para la misma se ha elaborado un completo y exhaustivo estudio de todas las características de los clientes, del producto, conocer la posible demanda, búsqueda de los mejores proveedores para brindar un servicio de calidad, cuánto se requiere para invertir, cómo se va a financiar, si la propuesta es tanto rentable como viable, todos estos datos fueron proyectados a cinco años.

Palabras Claves: TIC (Tecnología de la información y Comunicación), Contribuyentes, ATS (Anexos Transaccionales), Contador, Software, plataforma.

ABSTRACT

The present proposal suggests the creation of a company that provides tax services to generate Transactional Annexes through a web platform in Guayaquil. In itself, it proposes that the platform helps the taxpayer to integrate and prepare the information to generate the annexes, tax returns in a faster and secure way, because it aims to reduce errors and time. Besides to saving and backing up data in a cloud to give them the confidence they need.

For the same it has been elaborated a complete and exhaustive study of all the characteristics of the customers, of the product, to know the possible demand, search of the best suppliers to provide a quality service, how much is required to invest, how it is going to finance, if the proposal is both profitable and viable, all these data were projected to five years.

Key words: TIC, taxpayer, ATS, accountant, software, platform.

INTRODUCCIÓN

La presente propuesta es con el fin de la creación de una empresa que brinde servicios tributarios a través de una plataforma web, para de esta manera facilitar el trabajo de los contadores y asistentes al realizar las declaraciones ya que le permitirá cumplir con las normativas y parámetros acorde con los entes reguladores, de forma rápida y segura.

La misma se desarrollará en un periodo de ocho meses, divididos en diez capítulos:

Capítulo 1.- en este capítulo se detallará la justificación, problemática y los objetivos que tiene la investigación, fundamentos teóricos.

Capítulo 2.- se describe un poco el tipo de producto o servicio que se va a ofertar, y demás características corporativas como misión, visión.

Capítulo 3.- trata la parte legal; es decir requisitos y permisos necesarios para el correcto funcionamiento de la compañía.

Capítulo 4.- se desarrolla una investigación de mercado para conocer indicadores claves para el desarrollo correcto del servicio, como el perfil de clientes, la demanda que posiblemente tendrá, el precio que el mercado está dispuesto a pagar.

Capítulo 5.- se desarrollan estrategias para para llegar de forma más directa y causar el impacto debido a los clientes potenciales, además de detallar el presupuesto para el plan de marketing.

Capítulo 6.- se detallan los procesos a realizar durante la elaboración del servicio, cómo funciona el servicio y finalmente cómo llega a la venta.

Capítulo 7.- se realizó un estudio financiero, para determinar rubros muy importantes como la inversión inicial, los gastos, flujo de efectivo, ratios, TIR, VAN, TMAR.

Capítulo 8.- dado que nadie está exento de alguna catástrofe en este capítulo se desarrolló un plan de contingencia para contrarrestar cualquier riesgo.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

Propuesta para la creación de una empresa que brinda servicios tributarios para generar anexos transaccionales por medio de plataformas Web y aplicaciones móviles en la Ciudad de Guayaquil.

1.2. Justificación

El desarrollo de la presente investigación tiene como objetivo ejecutar los conocimientos adquiridos durante el proceso de estudios en la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

De acuerdo a la Resolución NAC-DGERCGC12-00001 los contribuyentes deben presentar un reporte detallado de las transacciones correspondientes a compras, ventas, exportaciones y retenciones de IVA y de Impuesto a la Renta. Los contribuyentes que deben presentar esta información son los siguientes: contribuyentes especiales, instituciones del sector público, quienes soliciten devoluciones de IVA, (excepto tercera edad y discapacitados), Instituciones Financieras, personas y sociedades obligadas a llevar contabilidad, otros. (SRI, 2012)

La información se entrega en medio magnético, a través de un archivo comprimido en formato xml.(SRI, 2012)

Con el fin de ayudar a las pequeñas y medianas empresas y a todos los emprendedores de la ciudad de Guayaquil, estos contribuyentes lo que más anhelan es poder reducir costos y gastos. Es por ello que por medio de la presente propuesta se busca reducir tiempo y evitar errores tributarios – contables, debido a que los contribuyentes cumplirán con los lineamientos exigidos por el Servicio de Rentas Internas.

Este trabajo puede ser utilizado para futuras investigaciones que guarden relación a desarrollo de plataformas y aplicativos móviles. Dado que

este proyecto surge de la necesidad de incursionar en un nuevo campo de negocios, como desarrollar sistemas contables, tributarios y demás similares se convierten en tendencia en cuanto a la utilización de tecnología como un medio de optimización de recursos, tiempo y dinero. Todo esto beneficiará a las empresas y a la sociedad en su desarrollo económico.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.

La presente investigación se realizará en la ciudad de Guayaquil, durante el periodo comprendido entre los meses de enero a septiembre del 2017, según las normas y especificaciones de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La presente propuesta se basará en el desarrollo de diez capítulos, en donde se podrá visualizar diferentes aspectos, así como, el marco jurídico en donde se detallan todas las normas, reglamentos y leyes que guarde relación con la propuesta. También se desarrollará una auditoría de mercado lo que permitirá obtener la información más relevante de la industria a la cual se investigará, luego de ello se desarrollará un plan de marketing en donde se especificarán las diferentes características del producto o servicio a ofrecer y las mejores estrategias para introducir dicho emprendimiento en el mercado. Otro de los capítulos es la descripción del plan operativo en donde se detallará todo el proceso que se deberá seguir para poder proporcionar el producto o servicio al cliente, a su vez la funcionalidad del software, adicional a ello se desarrollará un plan financiero en donde se describirán los diferentes ingresos, costos y gastos que podría generar la propuesta durante una proyección de cinco años.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

El presente trabajo está enmarcado en los siguientes Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir:

Objetivo ocho: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”, puesto que ofrece una solución integral al simplificar y agilizar un proceso tributario.

Objetivo nueve: “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”, dando oportunidad de empleo a varias personas para el desarrollo de la plataforma.

Objetivo diez: “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, ya que no solo se generarán empleos, sino que será un aporte a la sociedad para mejorar y optimizar un proceso.(Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

A su vez, siguiendo con el instructivo de Sistema de investigación y desarrollo de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, se enmarca en la línea doce de desarrollo y crecimiento económico, dado que trata temas de aumento de productividad y la línea diez que hace referencia a la electrónica y automatización, y en este caso la propuesta busca automatizar un proceso ya establecido. (SINDE, 2012).

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General.

Analizar la factibilidad para la creación de una empresa desarrolladora de plataformas y aplicativos móviles que ofrezca generar anexos transaccionales en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado para diagnosticar el nivel de aceptación, capacidad de compra y el nivel de demanda de la necesidad que se pretende satisfacer.
- Determinar los factores externos e internos y la atractividad de la industria por medio de un estudio de auditoría de mercado.
- Elaborar un plan financiero para determinar costos, gastos e ingresos para poder establecer un precio apropiado y la inversión inicial requerida.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

La investigación exploratoria tiene como objetivo examinar o explorar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes. Por esta razón, ayuda a entender fenómenos científicamente desconocidos, poco estudiados o nuevos, apoyando en la identificación de conceptos o variables potenciales, identificando relaciones posibles entre ellas. (Cazau, 2006)

En la presente propuesta, se utilizará el método de investigación exploratoria, dado que se va a desarrollar un tema no tan conocido.

La técnica de recogida de datos será mediante obtención de datos primarios, a través de encuestas, entrevistas, focus group. A su vez datos secundarios constatados en instituciones formales. Al finalizar, toda la información obtenida se los procesará y analizará con la ayuda de herramientas informáticas, como hojas de cálculo en Excel.

1.7. Planteamiento del Problema

Los recursos informáticos y tecnológicos son herramientas que permiten realizar diferentes actividades, mejorando o simplificando el tiempo y todos los materiales

La Comisión de las Comunidades Europeas, en un debate sobre las TIC en el 2001, estableció que:

“Tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) es un término que se utiliza actualmente para hacer referencia a una amplia gama de servicios, aplicaciones y tecnologías. La importancia de las TIC no es la tecnología en sí, sino el hecho de que ésta permite el acceso al conocimiento, la información y la comunicación” (Tubella; Vilaseca, 2005)

En muchos casos el acceso a las herramientas tecnológicas es difícil, por muchos factores, tales como, el costo elevado de infraestructura tecnológica, mantenimiento y desarrollo del software. Debido a ello empresas que no pueden mantener estos costos y gastos no pueden acceder a este tipo de tecnología. Esto se convierte en un problema para los contribuyentes de la ciudad de Guayaquil, puesto que el Servicio de Rentas Internas que es el ente regulador de impuestos, solicita información por medios tecnológicos, uno de ellos son los anexos transaccionales simplificados en donde se detalla todos los datos e información de compra y venta de productos o servicios generados por la empresa u organización durante un periodo de tiempo determinado.

Es por ello que por medio de la presente propuesta busca entregar un servicio de bajo costo a las empresas de la ciudad de Guayaquil. Permitiendo que los contribuyentes entreguen información exacta en el momento indicado o exigido por el fisco. Cumpliendo con los lineamientos del SRI.

1.8. Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación

1.8.1. Marco Referencial

SHOPIFY

Un referente es la plataforma Shopify que es una herramienta que facilita el comercio electrónico, esta aplicación está diseñada para garantizar la comodidad del cliente ya que puede realizar sus actividades desde su hogar optimizando. Es por ello que la presente propuesta busca mejorar las actividades del cliente optimizando el tiempo, ya que el aplicativo a desarrollar permite al cliente generar información para el fisco a cualquier hora y desde cualquier lugar con acceso a internet. Shopify fue fundada en 2006 por Tobias Lütke (premio al CEO del año en Canadá), Scott Lake y Daniel Weinand. Desde su lanzamiento, la plataforma ha ido creciendo rápidamente hasta convertirse en uno de los líderes en soluciones de comercio electrónico. Actualmente, la compañía abastece a más de 150.000 tiendas online.

SALESFORCE

Salesforce es la empresa innovadora detrás de la solución CRM # 1 del mundo. Nuestro software está basado en la nube, por lo que no requiere de un equipo de expertos para configurar o administrar - solo ingrese y comience a usarlo.

Crea relaciones más profundas con tus clientes utilizando la primera solución de CRM del mundo que está disponible con Einstein AI: utiliza tus datos de Salesforce haciéndote más productivo y tus clientes más felices.

SYPSOFT360

Además está la empresa Syp Soft 360 la cual ha desarrollado aplicativos móviles que permiten a los contadores realizar los cierres de año fiscal solo con el ingreso de datos en determinados grupos de cuentas.

Sypsoft360, es una empresa de Grupo SYPSA, el principal socio de negocios de IBM del Perú, con más de 40 años de experiencia en el mercado de tecnología.

Sypsoft360, partner Gold de SAP, Líder en implementaciones SAP Business One, cuenta con más de 350 proyectos en Perú, Chile y Ecuador, integrando soluciones de Mobile, Hana y Analytics así como el desarrollo de soluciones por industria tales como, automotriz, retail, distribución, logística, manufactura, entre otros

El modelo de negocio utilizado por la empresa Salesforce y Syp Soft 360 puede ser considerado en el desarrollo del presente trabajo de titulación como referente, ya que la propuesta permitirá al cliente ahorro de infraestructura y del mantenimiento de software, es decir mantendrá un bajo costo.

1.8.2. Marco Teórico

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo poder facilitar la generación de anexos transaccionales por medio de plataforma web, para reducir tiempo, dinero y errores.

Para el desarrollo del mismo, se basa en teorías como:

Plan de Negocios

“Se dice que un plan de negocios es una herramienta para conocer los objetivos ya que todos los análisis que se realizan, tanto administrativos como financieros llevaran a un solo objetivo estratégico que será ser una empresa exitosa” (Wanberger, 2009) es por esto que se desarrollará la investigación, analizando las diversas áreas como: financiero, marketing, desarrollo para de esta manera ver cómo influyen en la creación de la empresa, si acaso habrá algún delimitante en el transcurso del mismo.

Modelo de negocio

Un modelo de negocio es el mecanismo por el cual una empresa trata de generar ingresos y beneficios a lo largo del tiempo, esta sostenibilidad requiere de una serie de mecanismos y estrategias que al ser aplicadas garanticen el éxito del modelo (Falcon, 2013)

Desde el punto de vista de los negocios, actualmente estamos en etapa de transición desde el "data science" (ciencia de datos) al "data intelligence" (inteligencia de datos). (Repositorio UCSG, 2016)

En la actualidad, se puede observar que no existe información unificada que intercomunique y permita conocer el uso, aprovechamiento, impacto, aplicación y utilidad de los sistemas de información en la pequeña y mediana empresa de la región. (Repositorio UCSG, 2016)

Emprendimiento

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posible técnica no probada”. (UTP, 2009), dada esta referencia se confirma la finalidad del presente trabajo de titulación, acelerar un proceso ya establecido.

Aplicaciones móviles

Los Sistemas de Información (SI) pueden ser definidos como un conjunto de: “Componentes interrelacionados que recolectan (o recuperan), procesan, almacenan y distribuyen la información para apoyar la toma de decisiones y el control en una organización”. (Kenneth C. Laudon, Jane Price Laudon, 2004)

Se estima que en los próximos años los Sistemas Informáticos serán tan necesarios y útiles dentro de las organizaciones; cumpliendo los siguientes objetivos:

1. Automatización de procesos operativos.
2. Proporcionar información que sirva de apoyo en el proceso de toma de decisiones.
3. Lograr ventajas competitivas a través de su implementación.

Hoy en día los usuarios, gerentes buscan optimizar su tiempo, es decir realizar sus actividades en el menor tiempo posible. Como lo hace la aplicación Shopify que permite realizar sus actividades desde su hogar optimizando el tiempo y recursos.

La propuesta facilitará el procesamiento de la información, trabajando con archivos XML. Según (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013), autor del libro "Big data, la revolución de los datos masivos" señala que:

La recolección de datos comienza a ser tan barata que ya no necesitaremos establecer una muestra para estudiar un hecho de forma de encontrar conocimiento, sino que podremos analizar el conjunto total de datos, lo que nos permitirá establecer resultados mucho más precisos, más baratos y también más inesperados.

1.8.3. Marco Conceptual

- ATS: Anexo Transaccional Simplificado.
- Anexos Transaccionales: Reporte detallado de las transacciones correspondientes a compras, ventas, exportaciones y retenciones de IVA y de Impuesto a la Renta
- Datos Masivos o Big Data: es un término amplio para conjuntos de datos muy grandes o complejos que las aplicaciones de procesamiento de datos tradicionales no son suficientes (Armetrics, s.f.)
- XML: “Lenguaje de marcas extensibles” (SRI, 2015)
- Plataforma Web: más que una página web, incluye elementos adicionales a la página web tales como aplicaciones, carritos de compras, formularios, convertidores, instancias de aprobación y alguna otra solución específica para la necesidad del cliente y el mercado.

1.8.4. Marco Lógico

Tabla 1 Marco lógico de la propuesta

OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Analizar la factibilidad para la creación de una empresa desarrolladora de plataformas y aplicativos móviles que ofrezca generar anexos transaccionales en la ciudad de Guayaquil.	VAN TIR	Estados financieros proyectados	Se espera que los indicadores encontrados muestren que la propuesta es rentable y sostenible en el tiempo
Desarrollar un estudio de mercado para diagnosticar el nivel de aceptación, capacidad de compra y el nivel de demanda de la necesidad que se pretende satisfacer.	Índices de aceptación. Índices de ingresos de posibles clientes	Investigación de mercado	Se espera que los resultados obtenidos indiquen un alto porcentaje de aceptación y demanda de la propuesta planteada
Determinar los factores externos e internos y la atractividad de la industria por medio de un estudio de auditoría de mercado.	Análisis PEST PORTER	Plan de auditoría de mercado	Se espera que los resultados indiquen que la industria es atractiva
Elaborar un plan financiero para determinar costos, gastos e ingresos para poder establecer un precio apropiado y la inversión inicial requerida.	ROE ROA	Estados financieros proyectados	Se espera que los indicadores encontrados determinen el precio adecuado de venta

Fuente: La investigación

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Se plantea la creación de una plataforma que ofrezca facilitar la generación de ATS; conjuntamente se formulan las siguientes hipótesis:

- Se plantea la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar ATS.
- Se establece una demanda alta, dada la necesidad insatisfecha, que genere una gran aceptación de los suscriptores hacia la plataforma.

Preguntas de la investigación:

- ¿Es viable la propuesta?
- ¿Es rentable la propuesta?
- ¿Qué otras funcionalidades desearían los potenciales usuarios dentro de la plataforma?
- ¿Cuál será el grado de aceptación o nivel de compra?
- ¿Qué tipo de cláusulas de confidencialidad son las adecuadas y necesarias para que el usuario se siente seguro con el sistema?
- ¿Qué estrategias de marketing se desarrollarán para fidelizar y captar nuevos clientes?

1.10. Cronograma

2	☐ CAPÍTULO 1	41 días	lun 19/12/16	lun 13/02/17	
3	DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN				
4	☐ CAP 2	12 días	mar 14/02/17	mié 01/03/17	
5	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO				
6	☐ CAPÍTULO 3	11 días	lun 01/05/17	lun 15/05/17	
7	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA				
8	☐ CAPÍTULO 4	12 días	mar 16/05/17	mié 31/05/17	
9	AUDITORÍA DE MERCADO				
10	☐ CAPÍTULO 5	12 días	jue 01/06/17	vie 16/06/17	
11	PLAN DE MARKETING				
12	☐ CAPÍTULO 6	10 días	lun 19/06/17	vie 30/06/17	
13	PLAN OPERATIVO				
14	☐ CAPÍTULO 7	10 días	lun 03/07/17	vie 14/07/17	
15	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO				
16	☐ CAPÍTULO 8	11 días	lun 17/07/17	lun 31/07/17	
17	PLAN DE CONTINGENCIA				
18	☐ CAPÍTULO 9	9 días	mar 01/08/17	vie 11/08/17	
19	CONCLUSIONES				
20	☐ CAPÍTULO 10	5 días	lun 14/08/17	vie 18/08/17	
21	RECOMENDACIONES				
22	☐ CAPÍTULO 11	5 días	lun 21/08/17	vie 25/08/17	
23	FUENTES				
24	☐ CAPÍTULO 12	4 días	lun 28/08/17	jue 31/08/17	
25	ANEXOS				
26	☐ CAPÍTULO 13	2 días	vie 01/09/17	lun 04/09/17	
27	MATERIAL COMPLEMENTARIO				

Gráfico 1 Cronograma del desarrollo de la propuesta

Fuente: La investigación

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

La visión de crear una plataforma virtual, que facilite y además reduzca tiempo, dinero y errores, al consolidar la información obtenida de cada transacción que realiza la empresa al final de cada mes, cambia y agiliza el proceso al realizar las declaraciones, las mismas que involucran los Anexos Transaccionales, puesto que, el usuario tendrá toda la información lista en muy poco tiempo, de manera automática y lo mejor, obtendrá datos y valores reales y un margen mínimo de error.

2.1.1. Descripción de la idea de negocio: Modelo de negocio

La idea de negocio consiste en desarrollar una plataforma web que agilice, reduzca tiempo, costo, se eviten la mayor cantidad de errores y simplifique la estructuración de la información para alimentar el anexo, para de esta manera el usuario reduzca en un 75% lo que antes demoraba al hacer un ATS, gracias también a la velocidad con la que los servidores van a funcionar.

El formato de archivo a utilizar será XML, tanto la información a procesar, como la ya procesada, debido que posteriormente el usuario puede o bien solo almacenarla en la nube o descargarla.

2.1.2. Descripción de la oportunidad de negocio

El objetivo de la propuesta es desarrollar un generador de ATS para personas obligadas a llevar contabilidad, asesores tributarios, gerentes financieros y contadores; se considera un necesario aporte a la sociedad, ya que se busca automatizar un proceso ya establecido. El modelo de ingresos es por suscripción, por paquetes de licencias y almacenamiento (adicional de espacio en nube).

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

- Brindar la solución efectiva para la elaboración de ATS y facilitar el proceso a los usuarios mediante una plataforma web.

Visión

- Lograr ser una herramienta indispensable contable y tributaria para nuestros clientes.

Valores

- **Compromiso**

Se debe estar profundamente convencido con los acuerdos o iniciativas tomadas y actuar en consecuencia; la perseverancia y resiliencia deben ser una virtud ante el compromiso adquirido.

- **Confiabilidad**

Darles confianza a los clientes, ya que se va a manejar información delicada de cada uno de ellos.

- **Transparencia**

Siempre es mejor estar con la verdad para alcanzar cualquier objetivo entre los grupos de interés involucrados, pues así se puede comportar con coherencia, proyectar confiabilidad y fomentar el desarrollo de la integridad en la personalidad empresarial.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Se espera que la empresa sea reconocida por ofrecer las mejores soluciones tributarias en la ciudad de Guayaquil.

2.3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar semestralmente el mercado para de esta manera satisfacer las necesidades que se vayan presentando día a día.
2. Obtener un 3% de participación de mercado al finalizar el tercer año.
3. Desarrollar estrategias de marketing para que de esta manera se pueda captar más mercado.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspectos Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

La razón social de la empresa es “Soluciones Informáticas S.A.”, la misma que tiene como objetivo brindar servicios tributarios al generar ATS por medio de una plataforma web, cuyo nombre es “Tax Solutions”

Soluciones Informáticas S.A. será constituida como Sociedad Anónima, dado que su capital accionista cuenta con acciones negociables y se registrará acorde a los lineamientos de la Superintendencia de Compañías.(Ley de Compañías, 1999).

3.1.2. Fundación de la Empresa

Según la ley de Compañías(Ley de Compañías, 1999)una empresa debe ser constituida bajo una escritura pública para luego ser inscrita en el Registro Mercantil.

Tabla 2 Características de la empresa

Razón social	Soluciones Informáticas S.A.
Nombre Comercial (plataforma)	Tax Solutions
Domicilio	Guayaquil
Capital Social	11,000.00 dólares americanos
Dirección	Mapasingue Oeste av. Tercera

Fuente: La investigación

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la empresa según lo indicado por la Superintendencia de Compañías es la suma de las aportaciones de los socios, el cual no podrá ser menor a \$800.00, el mismo que debe ser detallado en la escritura pública de fundación de la compañía. La aportación de los socios se dividirá en tres partes, de la siguiente forma:

Tabla 3 Detalle de los accionistas

ESTRUCTURA DE CAPITAL DETALLE DE INVERSIONISTAS

DETALLE	% PESO	MONTO
PRESTAMO BANCARIO	0%	-
ACCIONISTA 1	60%	22,131.07
ACCIONISTA 2	20%	7,377.02
ACCIONISTA 3	20%	7,377.02
TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL	100%	36,885.11

Fuente: La investigación

3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.2.1. Código de Ética

La empresa Soluciones Integrales S.A. manejará un código de ética ligado a leyes referentes a las relaciones laborales, normas de los Entes reguladores como; SRI, IESS, Superintendencia de Compañías, entre otros. Además, están relacionados a los valores de la compañía los mismos que están enmarcados en los siguientes aspectos:

- Mantener un compromiso constante colaborador-cliente, colaborador-empresa y empleador-colaborador.
- Al cierre de negociación, firmar un contrato de confidencialidad para de esta manera darle tranquilidad al cliente que sus datos están seguros con Tax Solutions.

- Ser totalmente honestos y transparentes, en sus funciones dentro de la empresa.
- Respetar y cumplir los valores de la empresa.

3.3. Propiedad Intelectual

3.3.1. Registro de Marca

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o rama. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos.

El costo de la concesión de derecho de marcas es de \$208.00. una vez registrada la marca de Soluciones Informáticas S.A., esta será protegida durante 10 años, siendo renovables indefinidamente. Pero por el momento no será registrada.



Gráfico 2 Marca a Patentar

Fuente: La investigación

3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto

La propuesta del presente trabajo titulada “Propuesta para la creación de una empresa que brinda servicios tributarios para generar anexos transaccionales por medio de plataformas Web y aplicaciones móviles en la

Ciudad de Guayaquil”, se encuentra protegido por los derechos de autor, el mismo, que es compartido con la institución (UCSG) y guardar precedente en la biblioteca con fines educativos.

3.3.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

No aplica a la propuesta, dado que la creación del software se considera una obra literaria y las obras literarias se encuentran protegidas como derechos de autor.

3.4. Presupuesto Constitución de la empresa al concluir el plan financiero

Los gastos ocasionados por la constitución de la empresa se detallan en el siguiente cuadro: (Repositorio UCSG, 2016)

Tabla 4 Presupuesto para los permisos de los bomberos

CUERPO DE BOMBEROS		
CB	Elaboración de estudios	
CB	Infraestructura	150.00
CB	Acompañamiento - Asesoría	50.00
CB	Trámites / Permisos	24.00
CB	Mantenimiento anual	

Fuente: La investigación

Tabla 5 Presupuesto para la constitución de la compañía

CONSTITUCION COMPAÑÍA		
CC	Elaboración de estudios	-
CC	Infraestructura	-
CC	Acompañamiento - Asesoría	100.00
CC	Trámites / Permisos	150.00
CC	Mantenimiento anual	
CC	Auditorías	

Fuente: La investigación

Tabla 6 Presupuesto para los permisos del municipio

MUNICIPIO DE GUAYAQUIL		
MG	Elaboración de estudios	-
MG	Infraestructura	100.00
MG	Acompañamiento - Asesoría	100.00
MG	Trámites / Permisos	25.00
MG	Mantenimiento anual	
MG	Auditorías	

Fuente: La investigación

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

4.1.1. Político

Actualmente el país está liderado por el Lcdo. Lenin Moreno, miembro del partido Alianza País, al igual que el ex presidente Econ. Rafael Correa, se puede indicar que se mantiene una estabilidad política ya que en los últimos años no ha existido ningún levantamiento en contra del Gobierno. El Estado durante los últimos años ha mantenido una serie de proyectos a beneficios del emprendimiento, por ello se han creado varias instituciones que apoyan y ayudan a nuevos negocios ya sea con la financiación por medio de préstamos para la compra de activos y diferentes capacitaciones. El Ecuador cuenta con 33 Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al emprendimiento (El Telégrafo, 2012).

Instituciones gubernamentales tales como la secretaría Nacional del Migrante o el Ministerio Coordinador de la Producción y Empleo promueven la creación de negocios. La Senami (Secretaría Nacional del Migrante) tiene el fondo Cucayo, creado para migrantes emprendedores que regresan a Ecuador. Afortunadamente, el gobierno ecuatoriano impulsa programas y créditos que permitan a los emprendedores iniciar su propio negocio. El programa Emprende Ecuador otorga financiamiento de hasta sesenta mil dólares.

Otra de las instituciones es la Corporación Financiera Nacional (CFN) otorga préstamos desde los cincuenta hasta los doscientos mil dólares ya sea para la compra de activos fijos y capital de trabajo, y puede financiar hasta el 70% de la inversión de un negocio. La ventaja “es la tasa de interés entre el 8% y el 11% a diferencia de las instituciones bancarias donde la tasa es de un 15%” (Oviedo Xavier).

Por otro lado, gracias a la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, según el art. 1, podemos evitar la competencia desleal;

El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible.(Asamblea Nacional, 2011)

4.1.2 Económico

Actualmente, debido a los diferentes cambios dentro de la economía del país se han generado diferentes regulaciones económicas que afectan el funcionamiento de las empresas en el país. Según un estudio, “los ecuatorianos pagan 30 impuestos al SRI”(El Comercio, 2016) tales como IVA, RISE, ICE, etc. Dados estos datos, se cree que la presente propuesta está ligada al ICE Telecomunicaciones, ya que en los costos está la contratación de Internet. Además del IVA, que a partir del 1 de junio del 2017 vuelve a ser el 12%.

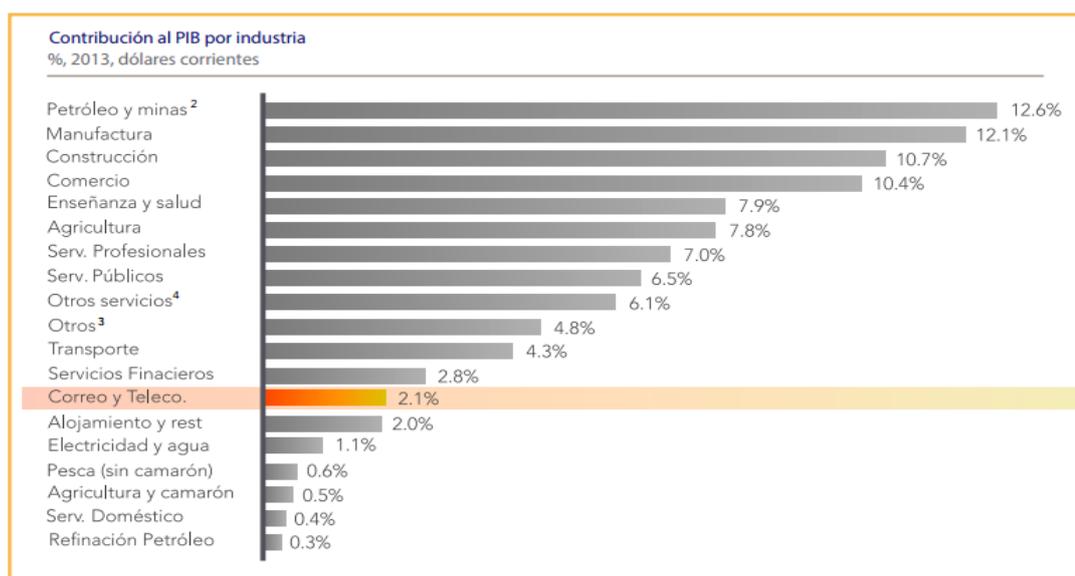
Un factor de relevancia son las tasas de interés en las instituciones financieras privadas las cuales ascienden a 14 y 15% en el caso de préstamos para financiamiento, la cual no aplica para la presente propuesta, pero se gestionará la búsqueda de inversionistas.

Por otro lado, el crecimiento económico y productivo del Ecuador está estrechamente relacionado con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). La industria del software demuestra su potencial con tasas de crecimiento que ascienden al 17% por año, en el 2015 generó \$45 millones en exportaciones (Diario Expreso, 2017). Esta apropiación se está realizando en varias etapas que estimulan la micro,

mediana y grande empresa. En este marco, el Ministerio de Telecomunicaciones(Mintel) se enfoca en promover políticas públicas para involucrar a las TICs a los diferentes sectores de la sociedad, entre los que se incluyen alcaldías, universidades y sector empresarial.(Ministerio de Telecomunicaciones, 2012)

Además, con base en la información del año 2013 provisto por el Banco Central de Ecuador, indica que en el sector de correos y Telecomunicaciones representa el 2.1% del PIB. Cuando se considera puntualmente la contribución del sector TIC al PIB de Ecuador, sin correos, se observa que contribuye con cerca del 2% del ingreso nacional (Ministerio de Telecomunicaciones, 2016).

La industria de las TIC representa 2.1%¹ del Producto Interno Bruto de Ecuador



1. Medido en dólares corrientes con la cifra del 2013. El peso del correo y telecomunicaciones usando dólares constantes del 2007 es 3.5%

2 Excepto refinación del petróleo

3 Incl. planes de seguridad social obligatoria

4 Actividades inmobiliarias; y, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios

FUENTE: Banco Central del Ecuador.

Gráfico 3 Crecimiento de las TIC en el Producto Interno Bruto

Fuente: (Ministerio de Telecomunicaciones, 2016).

Uno de los objetivos del Mintel es la de asegurar el uso de las TIC para el desarrollo económico y social del país, en el ámbito económico, la adopción de TIC por parte de empresas tiene un impacto directo en la mejora de su

eficiencia y en el aporte que éstas hacen al país en términos de crecimiento de ventas y de exportaciones. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2016)

4.1.3 Social

Considerando que en los últimos años la tendencia al uso de tecnología ha incrementado, debido a ello el Estado fomenta el uso de tecnologías como un medio de comunicación, de tal forma que ubica diferentes planes o proyectos para que la sociedad pueda introducirse en el mundo de las TIC, uno de ellos es el internet en lugares de recreación. Según el Mintel indica que el 36% de los hogares a nivel nacional poseen acceso a internet, de los cuales un 90.1% posee telefonía celular seguido de las laptops y computadoras de escritorios con un 27.6% y 26.7% respectivamente. Este es un factor de relevancia ya que la presente propuesta funcionará por medio del uso de internet y de los dispositivos tecnológicos (Celulares, laptops, computadoras)

Otro de los aspectos a estudiar es la estratificación social del país. Dado el último censo realizado en el 2014, se reflejó que el Ecuador se divide en cinco estratos sociales, de los cuales los tres primeros poseen acceso a internet y en promedio tiene dos teléfonos celulares y una computadora, los tres niveles sociales posee el 35.9% de la población total.

Estos son los estratos a los cuáles se dirige la presente propuesta, basándose en que son los únicos que tienen acceso a internet.

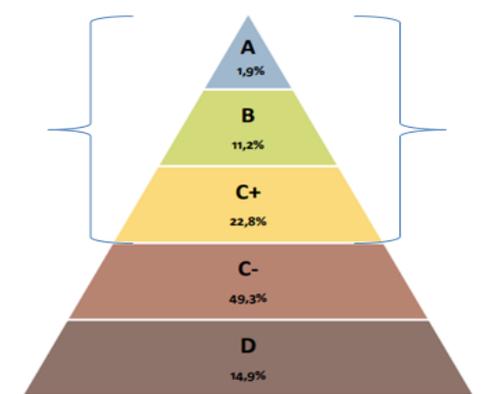


Gráfico 4 Estrato de la presente propuesta

Fuente: La investigación

En este punto es beneficioso para la presente propuesta debido a la alta tendencia de uso de internet, smartphones, dirigido a un estrato social medio alto, dado que son los que tienen acceso a internet.

4.1.4 Tecnológico

Actualmente, según el INEC se encontraron 3.777 empresas que hacen uso o tienen acceso a las TIC en empresas ecuatorianas, en los años 2012 al 2014, detallado de la siguiente manera:

Tabla 7 Empresas que utilizan TIC

Sector Económico	2012	2013	2014
Minería	55	35	35
Manufactura	1.368	1.336	1.310
Comercio	1.379	1.386	1.333
Servicios	1.326	1.164	1.099
Total	4.128	3.921	3.777

Fuente: La investigación

La inversión de las mismas en las TIC en el año 2012, el 42,9% de empresas invirtieron en TIC, para el año 2013 fue de 35,7%, y para el 2014 se registra el 45,2% de empresas.

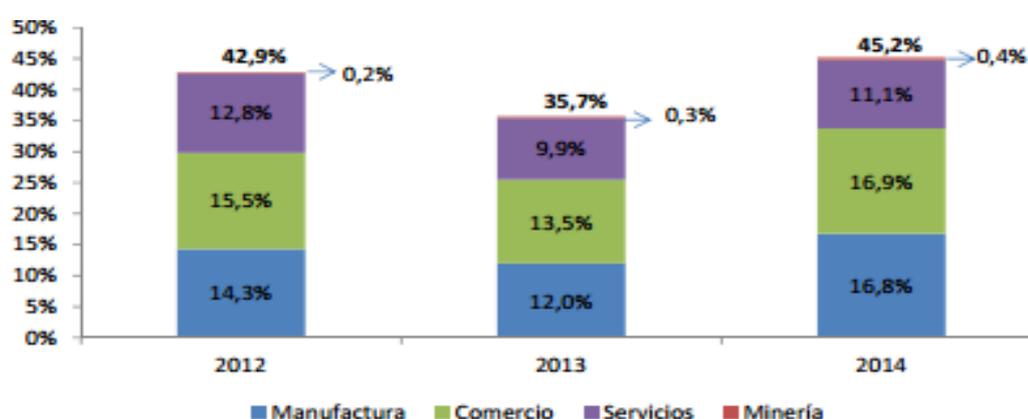


Gráfico 5 Inversión de las empresas en TIC

Fuente: La investigación

El total de inversión en TIC en los sectores investigados presenta la siguiente tendencia durante los años de estudio, en el 2012 las empresa invirtieron USD 144 millones de dólares, para el 2013 se registró un decremento del 4.4% que da como resultado una inversión de USD 138 millones de dólares, finalmente para el año 2014 el valor invertido fue de USD 205 millones de dólares, lo que refleja un incremento de 48,5% respecto al año anterior y un incremento del 42,3% con respecto al valor invertido en el año 2012.(INEC, 2015)

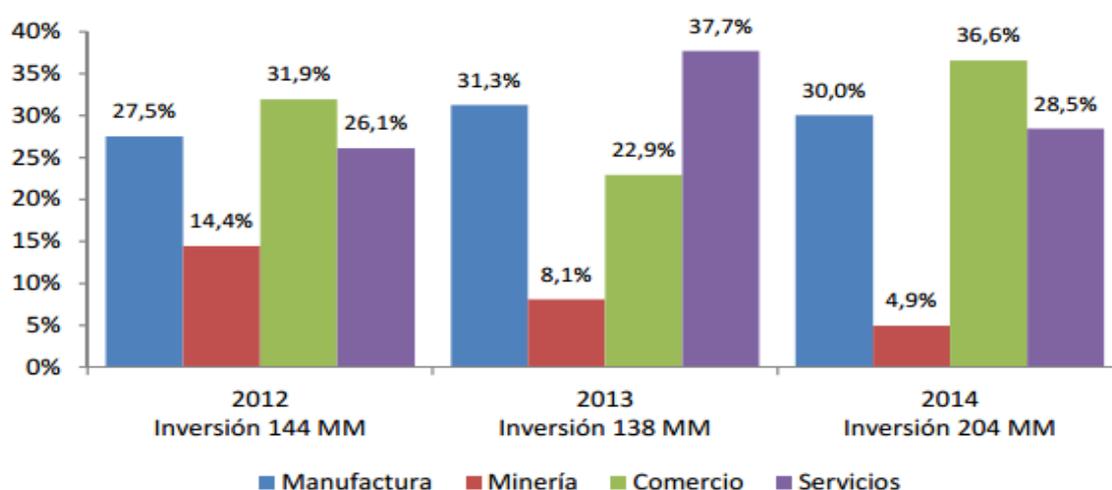


Gráfico 6 Distribución del monto de inversión en TIC

Fuente: La investigación

4.2 Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.

Analizando las estadísticas otorgadas por el (Ministerio de Telecomunicaciones, 2014) el porcentaje de empresas que usan aplicaciones ofimáticas ha crecido en relación con el 2012 con 25.3% al 60.3% en el 2014 (2.278 empresas), esto significa una buena oportunidad para el ingreso de un sistema contable.

Tabla 8 Distribución de los sistemas operativos por sector

<u>SISTEMAS OPERATIVOS POR SECTOR</u>				
	servicios	comercio	manufactura	minería
2012	14,7%	20,0%	14,9%	0,0%
2013	22,9%	29,8%	27,7%	70,0%
2014	24,2%	29,8%	24,1%	50,0%

Fuente: La investigación

Se puede observar que en el sector de servicios ha crecido paulatinamente, al igual que en el sector comercial, a diferencia de las industrias manufactureras y mineras que han disminuido, esto nos permite dirigir la presente propuesta a los sectores comerciales y de servicios.

La inversión global de empresas en TIC fue de 29.36% en el 2012 que representa 564 empresas, el 2014 se registró un 24.85% que representa 337 empresas, distribuida de la siguiente manera:

Tabla 9 Inversión de las TIC por sector

<u>INVERSIÓN EN TIC POR SECTOR</u>				
	servicios	comercio	manufactura	minería
2012	870,128	1,154,737	450,600	0
2013	521,469	3,586,796	70,523	525
2014	301,609	1,011,087	145,572	4,000

Fuente: La investigación

Las empresas de servicios, comerciales y manufactureras fueron las primeras en invertir en TIC y como se puede observar son las que han seguido invirtiendo en las mismas, a diferencia de la industria minera que apenas se invirtió \$525.00 en el 2013 y aumentó en el 2014 a \$4000.

4.3 Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

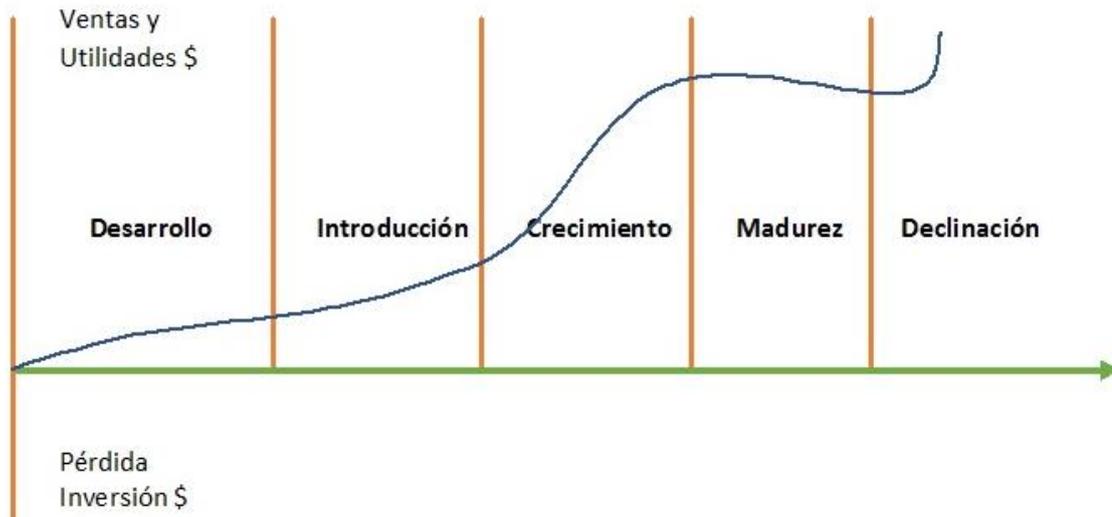


Gráfico 7 Ciclo de vida del producto

Fuente: La investigación

La presente propuesta se encuentra en la etapa de desarrollo e introducción, debido a que aún se está definiendo y modificando detalles del producto o servicio, aún no se están generando ganancias dado que en esta etapa es solo pérdidas e inversión inicial para empezar con la actividad económica.

4.4 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

A continuación, se presenta el análisis PORTER

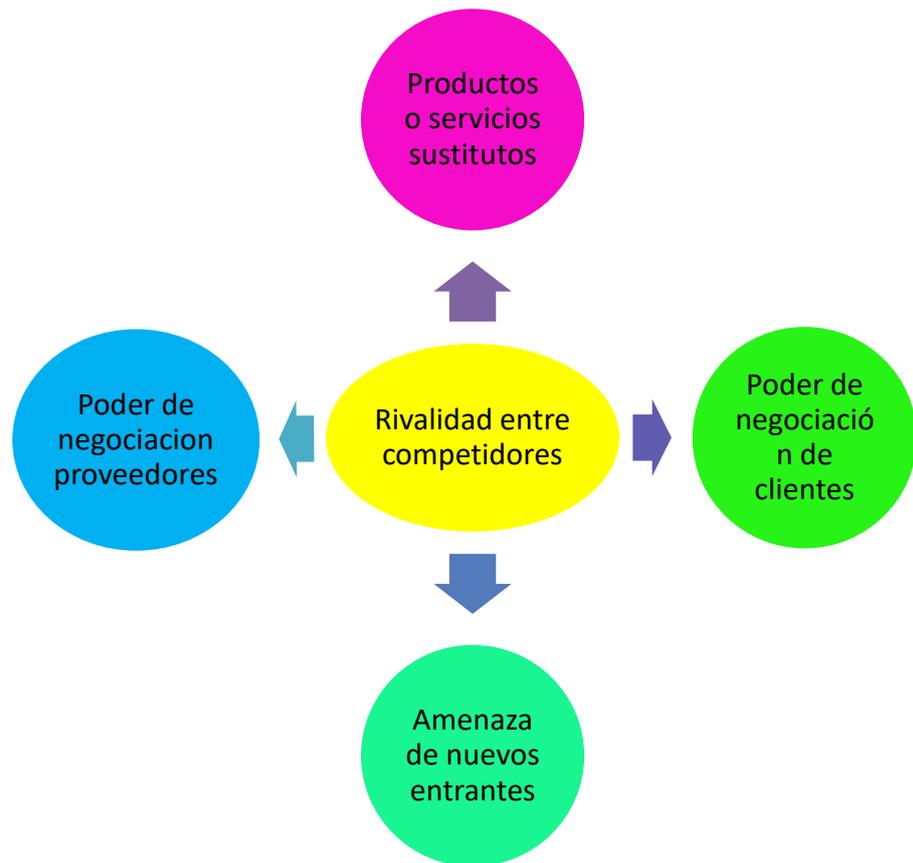


Gráfico 8 Análisis POTER de la investigación

Fuente: La investigación

Productos o servicios sustitutos. - es media ya que existen productos parecidos, que cumplen con una parte del proceso del sistema presentado en la propuesta, que es solo la función de convertir el documento de xml a pdf o Excel y viceversa. Y otros que son integrados. Algunos son de fácil adquisición. Además, que el sector tecnológico está creciendo.

Poder de negociación de clientes. - es baja, debido a que existen servicios parecidos, pero tienen precios superiores al de la presente propuesta.

Poder de negociación de proveedores. - bajo; hay varios programadores disponibles, y es un mercado no tan explotado.

Rivalidad entre competidores. – bajo; tiene varios competidores directos, servicios similares, incluso complementarios. Solo hay un producto similar, pero es más costoso.

Amenaza de nuevos entrantes. – baja; ya que por el tipo de programación difícilmente se puede copiar, además la inversión es alta, por lo que no cualquiera podría entrar.

4.5 Análisis de la Oferta

Al momento hay ciertos competidores indirectos como lo es el programa Matrix, que la única función es convertir los archivos de XML a PDF y viceversa, mismo que tiene un valor de \$60 y están ubicados en la ciudad de Cuenca. Es de fácil acceso y el manejo es muy básico.

Y SITAC Plus, que es un sistema integrado, es decir sigue todos los procesos y produce los reportes necesarios para completar datos para la generación del ATS y a su vez la generación del mismo.

4.5.1. Tipo de Competencia

La competencia es baja, ya que la mayoría de los servicios en el mercado son complementarios como Matrix que es un convertidor de archivos, a diferencia de SITAC Plus que uno de sus procesos cumple en parte con el objetivo de la presente propuesta, además es un sistema integrado que genera información para ATS.

Con la diferencia que SITAC se encuentra en el mercado a \$1000 y Matrix en \$60.

Funcionalidad de SITAC Plus

Módulos

Contabilidad – Compras – Caja-Bancos – Anexos y Formularios – Inventarios – Ventas.

Contabilidad

Plan de cuentas, Diarios.
 Centro de Costos.
 Mayor General, Libro diario, Balances de Comprobación, General, Resultados.

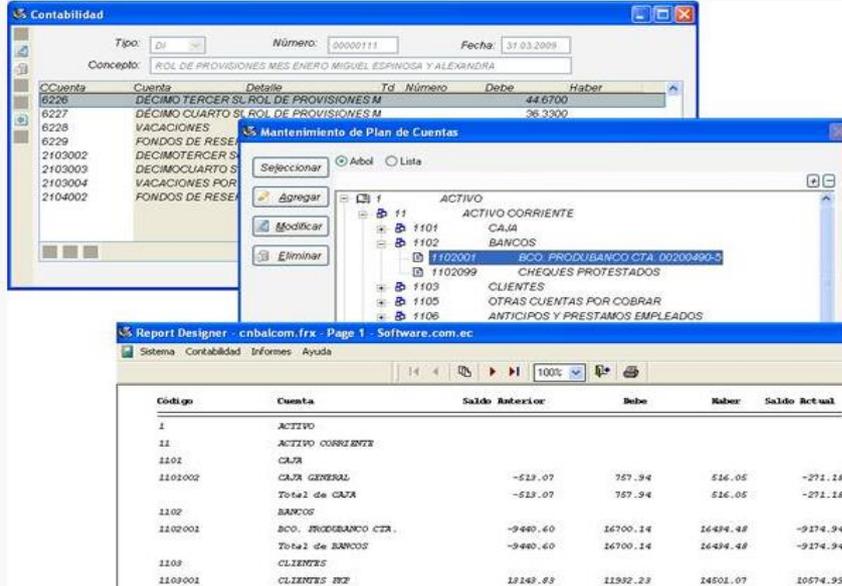


Gráfico 9 Sistema SITAC PLUS

Fuente: La investigación

Anexos y Formularios.

Genera Anexo Transaccional Simplificado (ATS) y Anexo de Retenciones en la Fuente de Impuesto a la Renta por Otros Conceptos (REOC) No requiere validador del SRI.
 Archivos de declaraciones de los formularios 103 y 104 para enviar por Internet (DIMM).
 Toda la información es tomada del sistema automáticamente sin procesos adicionales de integración con otros programas.
 Evita que el SRI le notifique por diferencias e inconsistencias entre anexos y formularios ya que todo se genera desde el mismo sistema, todo a la vez está cuadrado con la contabilidad.

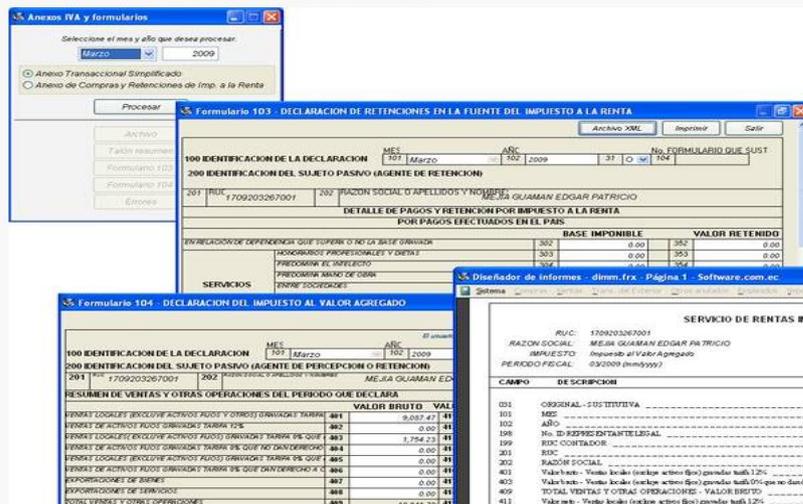


Gráfico 10 Funcionalidad del Sistema SITAP PLUS

Fuente: La investigación

4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Real: Son aquellas personas obligadas a llevar contabilidad, que no cuentan con un sistema financiero-contable, para realizar las operaciones tributarias con facilidad.

Mercado Potencial: Son aquellos que cuentan con sistemas contables, pero no son completos ni cuentan con la funcionalidad mencionada en la propuesta.

4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Tabla 10 Características de la competencia

Competidor	Antigüedad	Ubicación	Productos	Precio
SITAC Plus	6 años	Quito	Sistema Integrado	\$1000
Matrix	5 años	Cuenca	Convertidor de archivo	\$ 60
QuickBooks	17 años	Quito	Sistema Integrado	\$ 960
Efisys (Smarttec)	23 años	Quito	Sistema Integrado	\$3000

Fuente: La investigación

4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Estrategias de los competidores

- La estrategia utilizada por la empresa SITAC Plus es el uso del servicio por un valor único de \$1000 y \$150 anuales, podrá hacer uso de todos

los módulos del sistema, es decir, es un sistema contable y como tal puede generar los ATS con la información ingresada durante el periodo contable.

- Matrix es un convertidor de archivos, importante para subir las declaraciones, pero de forma básica, si se requiere de la generación de los ATS se lo deberá construir de forma manual en otro modulo, es decir no hay información integrada

Contraestrategia

Estrategias a utilizar:

- Desarrollar alianzas con las empresas auditoras y con el colegio de contadores para que recomienden los servicios de la propuesta.
- Otra de las estrategias es la utilización de una página web en donde se detallen los diferentes beneficios del servicio.
- Ofrecer un servicio de calidad e integrado de tal forma que permita la generación de los ATS sin la necesidad de terceros procesos manuales o de archivos en Excel.

4.6. Análisis de la Demanda

4.6.1 Segmentación de Mercado

La investigación está dirigida a todo tipo de contribuyentes de la ciudad de Guayaquil, que necesiten de un servicio de generación de ATS para entregar al Servicio de Rentas Internas.

4.6.2 Criterio de Segmentación

Se han seleccionado dos tipos de criterio, los cuales se detallan a continuación:

- **Demográfico:** este criterio es escogido debido a que la presente investigación es desarrollada en la ciudad de Guayaquil.

- **Situacional:** este criterio es seleccionado ya que el segmento específico al cual estará dirigido la propuesta son los contribuyentes obligados a llevar contabilidad.

4.6.3 Selección de Segmentos

Considerando los criterios de segmentación seleccionados el segmento al cual estará dirigido la propuesta son los contribuyentes obligados a llevar contabilidad de la ciudad de Guayaquil, el total de este tipo de contribuyente asciende a un total de 115.607 a nivel nacional de los cuales el 19.37% corresponde a la ciudad de Guayaquil, debido a ello la propuesta estará dirigido a un total de 22.393 contribuyentes.

Tabla 11 Segmento de mercado

Forma institucional 2015	No. Empresas	Porcentaje
Régimen simplificado RISE	409.992	48,64%
Persona Natural no obligado a llevar contabilidad	298.027	35,36%
Sociedad con fines de lucro	70.278	8,34%
Persona Natural obligado a llevar contabilidad	45.329	5,38%
Sociedad sin fines de lucro	10.912	1,29%
Otros sectores institucionales*	8.398	1,00%
Total	842.936	100,00%

Fuente: La investigación

4.6.4 Perfiles de los Segmentos

Contribuyentes obligados a llevar contabilidad

- Estratos A, B y C+
- Declaración del formulario 101
- Declaración del formulario 103
- Emisión de comprobantes de ventas y documentos complementarios
- Declaración anual de impuesto a la renta
- Generación de ATS de forma mensual
- Almacenamiento de la información por más de 7 años.

4.7 Matriz FODA

Tabla 12 Matriz FODA de la propuesta

Estrategias FODA		
	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de los recursos humanos. • Seguridad de la información. • Atención personalizada. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de una base de datos para ofertar el servicio. • Salarios bajos. • Nuevos en el mercado.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Industria en crecimiento. • Apoyo por parte del gobierno a este sector. • Competencia débil. • Tendencias favorables en el mercado. 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se garantiza la seguridad de la información, plus sobre la competencia. 	<p>Estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rápido crecimiento de la empresa a corto plazo.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación constante de servicio por parte de la competencia. • introducción de servicios similares al mercado. 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener los estándares de calidad del servicio. • Brindar la mejor atención a los usuarios, asistencia remota, eficiente y eficaz. 	<p>Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear alianzas estratégicas para conseguir una base de datos. • Generar un buen ambiente de trabajo, versus estabilidad laboral.

Fuente: La investigación

4.8 Investigación de Mercado

4.8.1 Método

Método es el proceso lógico que se emplea para el desarrollo de una investigación de tal forma que permita conocer o encontrar conocimientos de un determinado acontecimiento (Cegarra Sanchez, 2012). Para la presente propuesta de investigación se utilizarán los métodos de investigación cuantitativos y cualitativos debido a que se utilizarán dos tipos de investigación y cada una mantendrá un tipo distinto de técnicas de recogida de información. El método cuantitativo se realiza en base a cantidades es por ello que se ayudara con la investigación concluyente, en cambio, en el método cualitativo se estudian características esenciales o únicas del mercado, por ello en este tipo de método se utilizara la investigación exploratoria.

4.8.2 Diseño de la Investigación

Dentro del diseño investigativo se empleará la investigación de tipo exploratoria en donde se utilizará la técnica de la entrevista, debido a ello se empleará un método deductivo que permita conocer las características esenciales y más importantes que serán consideradas en el desarrollo de la presente propuesta. En cambio, con la investigación concluyente se deberá desarrollar la técnica de recogida de información de la encuesta por tal motivo se utilizará el método investigativo cuantitativo con la ayuda del método inductivo lo que permitirá conocer cuál es la cantidad de contribuyentes que están dispuestos a consumir el servicio que se propone, es decir que determinara el índice de aceptación del servicio.

4.8.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo General

Conocer el nivel de aceptación por parte de los contribuyentes obligados de la ciudad de Guayaquil por la creación de un software que permita la generación de Anexos Transaccionales Simplificados.

Objetivos Específicos

- Determinar el precio que estarían dispuestos a pagar por el software.
- Conocer que características son consideradas importantes y necesarias por los clientes dentro del software.
- Estimar cuántos de los posibles clientes, accederían a un servicio adicional (almacenamiento en nube).
- Conocer un segmento adicional del ya establecido (Contadores).

4.8.2.2 Tamaño de la Muestra

El mercado al cual esta está dirigido la propuesta son los contribuyentes obligados a llevar contabilidad los mismos que asciende a un total de 115.607 de los cuales solo el 19.37% contribuyentes obligados a llevar contabilidad son de la ciudad de Guayaquil, esto equivale a 22.393 contribuyentes. La muestra fue calculada con la ayuda de una plataforma virtual con un margen de error del 5% y con un nivel de confianza del 95%, debido a ello la muestra para la elaboración de encuestas asciende a un total de 378,

¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	95 %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20.000	22393	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20.000.
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	50 %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	378	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación

Gráfico 11 Calculo de la muestra para el desarrollo de las encuestas

Fuente: (Red de Bibliotecas UNNE, s.f.)

4.8.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

Las técnicas utilizadas son las entrevistas a profundidad desarrolladas a expertos y las encuestas realizadas a los posibles consumidores. Las entrevistas fueron realizadas con la finalidad de conocer cuál sería la reacción de los expertos (auditores y contadores) sobre la implementación de la propuesta tratando de encontrar recomendaciones y sugerencias para mejorar la propuesta. Las encuestas se desarrollarán con la finalidad de conocer variables como el precio y el índice de aceptación de la propuesta.

4.8.2.3.1 Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

La investigación exploratoria se desarrolló por medio de un cuestionario de 10 preguntas, el modelo base se detalla en el **anexo 1**, las mismas fueron desarrolladas a una experta, a una auditora tributaria y contable que presta servicios de asesoramiento, luego se entrevistó a un contador que presta servicios de contabilidad y a un contribuyente que posee su empresa por más de 10 años. La entrevista se procedió a realizarla de forma personal.

4.8.2.3.2 Concluyente (Encuesta)

Una vez calculada la muestra la misma que equivale a 378, se ingresó un formulario en una plataforma en línea en donde con la ayuda de una base de correos se procedió a elaborar las encuestas. Una vez obtenida la información se procedió a la generación de los cuadros estadísticos los mismos que ayudaron a resumir los resultados. En el **Anexo 2** se encuentra el modelo base de la encuesta.

4.8.2.4 Análisis de Datos

1.- ¿Tiene algún tipo de negocio?

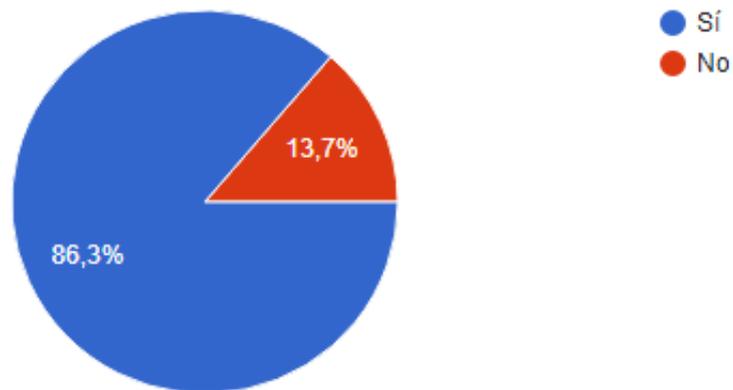


Gráfico 12 Tipos de negocios encuestados

Fuente: La investigación

Las encuestas realizadas al mercado real y potencial dieron a conocer que el 86.3% de la población dijeron que, si tenían negocio propio, por otro lado el 13% dijo que no tenía.

2.- ¿Está obligado a llevar contabilidad?

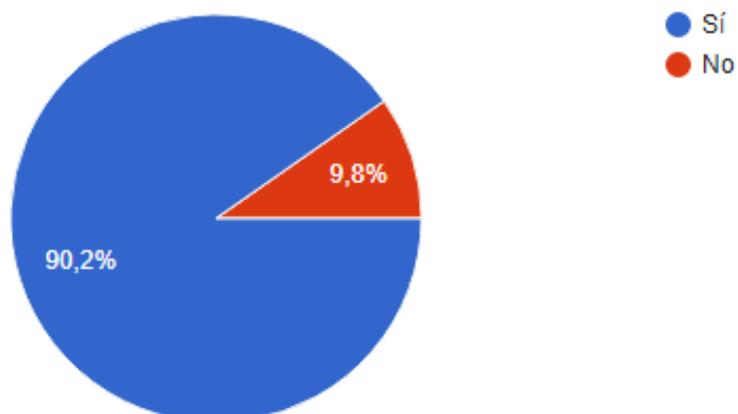


Gráfico 13 Tipo de obligación del contribuyente

Fuente: La investigación

El 90% de los encuestados dijeron que sí están obligados a llevar contabilidad, por lo que hasta el momento el mercado meta son personas que manejan algún tipo de negocio y están obligadas a llevar contabilidad. Mientras que el 9,8% no está obligado a llevar contabilidad.

3.- ¿Qué tipo de persona es?

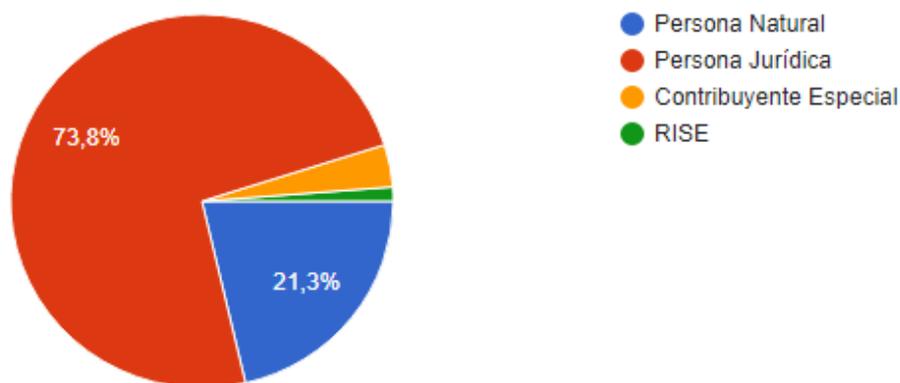


Gráfico 14 Tipos de contribuyentes encuestados

Fuente: La investigación

De los cuatro tipos de contribuyentes, el 73.8% son personas jurídicas, el 21.3% son personas naturales, el 3.6% son contribuyente especial y la minoría (1.2%) son RISE.

4.- ¿Tiene facilidad de orden en sus facturas compra - venta?

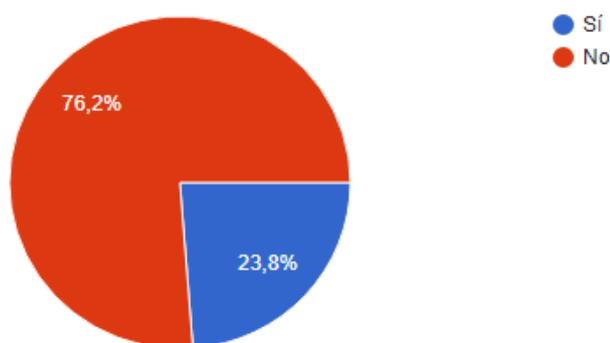


Gráfico 15 Facilidad de uso de los contribuyentes

Fuente: La investigación

El 76% de los encuestados dijeron que no tienen facilidad de orden en sus facturas y archivos, por lo que nos da oportunidad de incrementar otro modo de ingreso, que es el de almacenamiento en nube, mientras que el 23.8% dijo que si tenía facilidad de orden.

6.- ¿Tiene conocimiento sobre los anexos transaccionales?

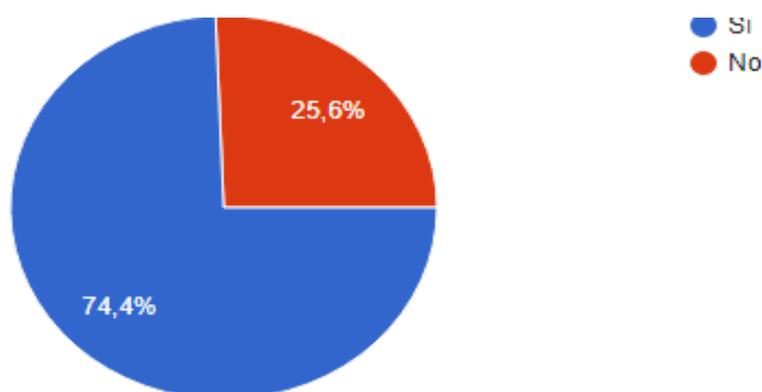


Gráfico 16 Conocimiento sobre los ATS

Fuente: La investigación

El 74.4% de los encuestados contestó que, si tienen conocimiento sobre los anexos transaccionales, por lo que no fue tan difícil realizar las encuestas. Por otro lado, el 25.6% dijo que no tenía conocimiento.

7.- ¿Si su respuesta es si, sabe cómo aplicarlos?

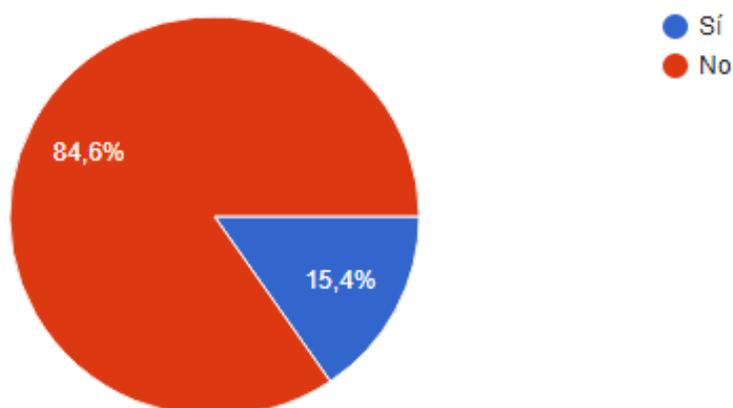


Gráfico 17 Conocimiento sobre la aplicación de ATS

Fuente: La investigación

A pesar de que la mayor parte de los encuestados, es decir el 74.4% dijo conocer sobre los ATS, apenas el 15.4% sabía cómo aplicarlos, por lo que, el 85% de ellos no sabía cómo aplicarlos.

8.- ¿Si su respuesta es no, le gustaría saber cómo aplicarlos?

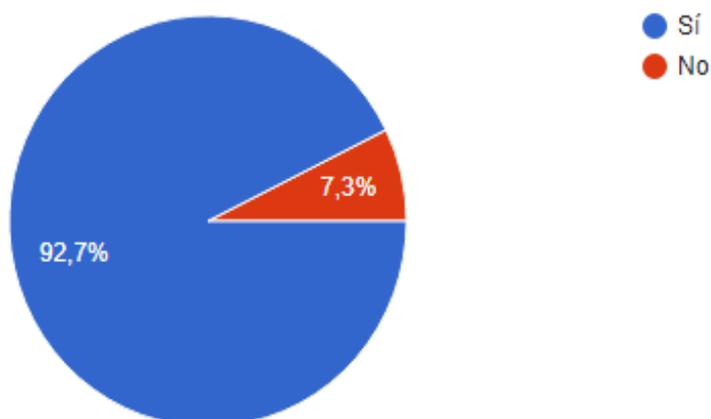


Gráfico 18 Disponibilidad para aceptar la propuesta

Fuente: La investigación

Casi el 93% de los encuestados quieren saber cómo aplicarlos, sobre todo para poder corregir y verificar la información que manejan otros. Mientras que el 7% no mostró interés en conocer sobre esto, puesto que son aquellos que no tienen un negocio propio.

9.- ¿Se encarga usted de realizar anexos transaccionales en su cía.?

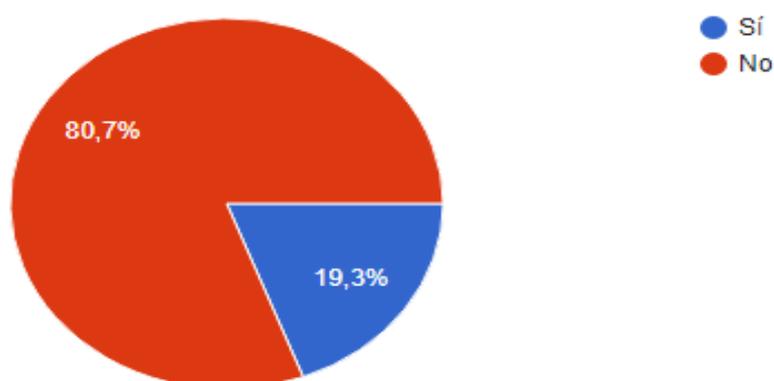


Gráfico 19 Aplicación de los ATS

Fuente: La investigación

La mayoría de los encuestados (80.7%) no realizan los anexos transaccionales, contratan a alguien para que se encargue de eso. Y el 19.3% si lo realizan por su cuenta.

10.- ¿Si su respuesta es no, quien es la persona encargada?

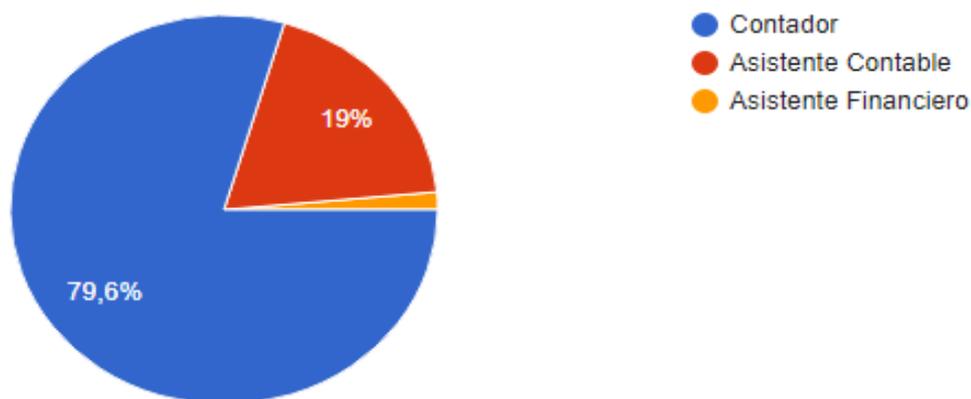


Gráfico 20 Tipo de persona que realiza la aplicación de los ATS

Fuente: La investigación

Casi el 80% de los encuestados contratan a un contador para que se encargue de esto. Por lo que permitió crear un nuevo servicio, el cual va dirigido a contadores. La siguiente persona encargada es el asistente financiero con el 19% y finalmente el asistente financiero con apenas el 1.5%

11.- ¿Le gustaría reducir tiempo y gastos al realizar los Anexos transaccionales?

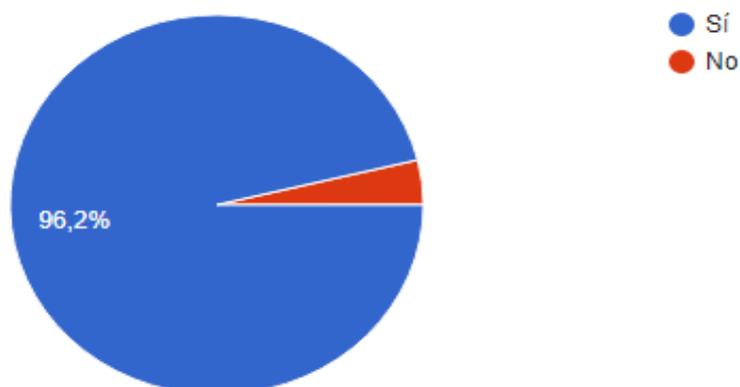


Gráfico 21 Gusto y preferencia por la reducción de tiempo

Fuente: La investigación

El 96.2% de los encuestados les gustaría optimizar recursos, reducir tiempo al realizar los ATS, mientras que el 3.8% dijo que no. (personas que no tienen negocio)

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una plataforma web, que le permitirá realizar los ATS fácilmente y en poco tiempo?

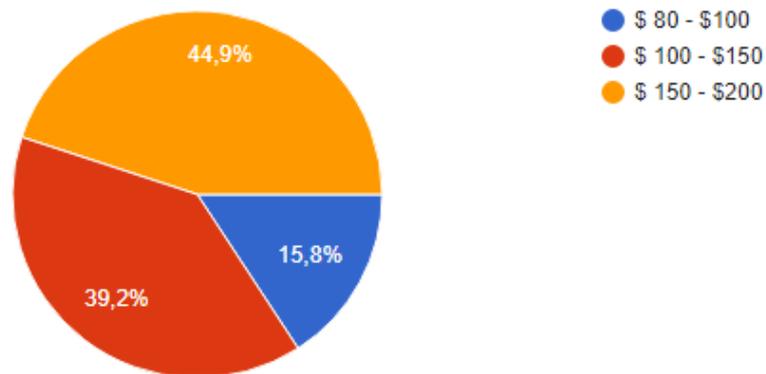


Gráfico 22 Poder adquisitivo del mercado

Fuente: La investigación

El 45% estaban de acuerdo con un precio de \$200, luego el 39% aceptó de \$100 a \$150 y el 15.8% considera apropiado un precio de \$80 a \$100. Por lo que en base a la encuesta y a la competencia se fijó el precio.

13.- ¿Qué característica sería importante para usted?

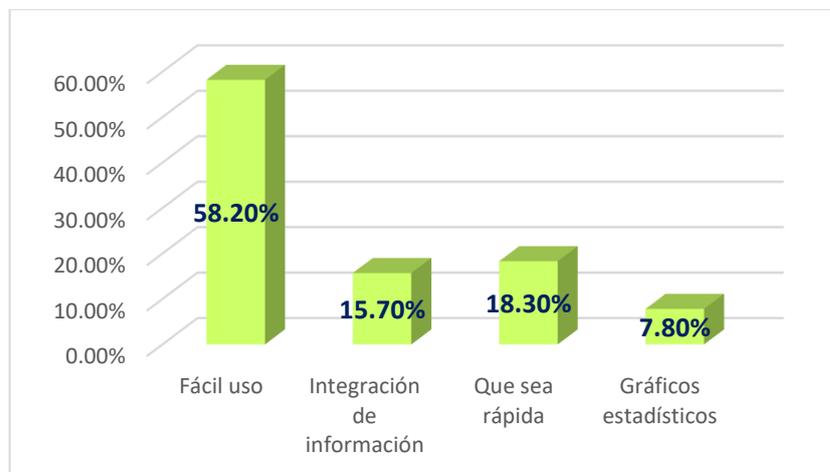


Gráfico 23 Características necesarias para el cliente

Fuente: La investigación

El 58.2% de los encuestados dijo que una característica importante es que sea fácil de usar, el 15.7% que integre información, el 18.3% que sea rápida y el 7.8% que genere gráficos estadísticos.

4.8.2.5 Resumen e interpretación de resultados

Como resultado de las encuestas y cumpliendo con los objetivos, se determinó que:

- El 86% de los encuestados tenían negocio o empresa propia, de los cuales el 90% estaban obligados a llevar contabilidad y el 73.3% son personas jurídicas, el 21.8% son personas naturales.
- El 74% conoce de los ATS, pero el 83.9% no saben cómo aplicarlos, debido a esto surge la necesidad de recurrir a personas calificadas, por lo tanto, el 79% contrata a un contador y el 20% contrata a un asistente contable para manejar la información tributaria-contable.
- Además, el 76% indicó que no tenía facilidad de orden con las facturas y archivos, por lo que esto permite incluir el servicio de almacenamiento.
- Finalmente, el 45% acepta un precio de hasta \$200, el 39% un precio de hasta \$150 y sólo un 15% un precio de hasta \$100.

4.8.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado

Como conclusión se obtiene, que el servicio es muy importante y necesario tanto para empresas como contadores que llevan la contabilidad a varios clientes, es aceptable un precio de hasta \$200 para las empresas, y hasta \$350 para contadores, siempre y cuando incluyan más beneficios y sea rentable.

4.8.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Como recomendaciones se obtuvo como principal característica fácil manejo, que incluya gráficos estadísticos, como crecimiento en ventas, reporte de ventas y reportes de gastos.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

- Posicionar la marca como una solución rápida, efectiva y accesible.

Objetivos Específicos

- Incrementar el 5% mensualmente a partir del sexto mes de lanzamiento del software.
- Mantener un 20% de satisfacción y fidelización de los clientes los primeros 8 meses, con el fin de alcanzar el 100%.
- Alcanzar el 70% del mercado al finalizar el quinto año

5.1.1 Mercado Meta

5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración

Se utilizará la estrategia de enfoque, dado que la presente propuesta está proyectada a un segmento de mercado, que se puede servir a un objetivo estratégico estrecho (nicho), con más efectividad o eficacia. (Think Creative Idea, 2010)

5.1.1.2. Cobertura

La estrategia que se implementará está basada en la cobertura selectiva, ya que va dirigido a un grupo específico y reducido de clientes, dado el giro de la propuesta y la necesidad que surge en este mercado.

5.2 Posicionamiento

5.2.1 Estrategia de posicionamiento: Posición, objetivo, segmento, atributos y ventaja competitiva.

Posición: “Tax solutions” busca posicionar la marca como líder en el mercado, al término del segundo año de lanzamiento.

Objetivo: Posicionar el sistema tributario contable como la primera aplicación web, que automatiza la conciliación de documentos para la generación de ATS.

Segmento: Se encuentra dirigido a los contribuyentes obligados a llevar contabilidad y contadores de la ciudad de Guayaquil.

Atributos: Los atributos principales del sistema tributario contable son: la eficacia y confidencialidad de la información de los clientes, al momento de generar ATS.

Ventaja competitiva: Radica en la especialización del servicio dada la experiencia del recurso humano, ya que resolverá necesidades específicas y permitirá optimizar tiempo y recursos económicos.

5.3 Marketing Mix

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios

5.3.1.1 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

No es necesario un empaquetado o etiquetado dado que no es un producto, es un servicio.

5.3.1.2 Amplitud y Profundidad de Línea

La empresa ofrece tan sólo una línea de producto, es decir carece de profundidad. Aunque, referente a la amplitud de línea posee varios paquetes con servicios diferentes. A continuación, se detallan los mismos.

Tabla 13 Tipos de paquetes de la propuesta

PAQUETE	CARACTERÍSTICAS
Paquete Gold	<ul style="list-style-type: none"> • Genera ATS • Actualización anual del sistema • Almacenamiento de archivos por 7 años • Capacidad de almacenamiento ilimitada • Reportes estadísticos (crecimiento de ventas) • Recordatorio de declaraciones
Paquete Silver	<ul style="list-style-type: none"> • Genera ATS • Actualización anual del sistema • Almacenamiento de archivos por 3 años • Capacidad de almacenamiento limitada (Renovación, costo adicional)
Paquete Bronze	<ul style="list-style-type: none"> • Genera ATS • Almacenamiento de archivos por 1 año • Almacenamiento en nube (opcional)
Paquete Especial (Dirigido a contadores)	<ul style="list-style-type: none"> • Licencias para 10 usuarios • Genera ATS • Actualización anual del sistema • Almacenamiento de archivos por 5 años • Capacidad de almacenamiento limitada Adicionales: <ul style="list-style-type: none"> • Reportes estadísticos (crecimiento de ventas) • Recordatorio de declaraciones

Fuente: La investigación

5.3.1.3 Marcas y Submarcas

Tax Solutions no necesitará de emplear submarcas, la misma será usada para los diferentes paquetes de servicios.



Gráfico 24 Logo de la propuesta

Fuente: La investigación

5.3.2 Estrategia de Precios

5.3.2.1 Precios de la Competencia

Actualmente los principales competidores de Tax Solutions, son: SITAC Plus, el cual es un sistema integrado que además cuenta con el proceso de generar ATS, el mismo que tiene un valor único de \$1000 y \$150 mensuales por actualizaciones. **Matrix**, es sólo un convertidor de archivos de XML a PDF y viceversa, tiene un valor de \$60. También está QuickBooks, también es un sistema integrado, con varios paquetes de servicios, el cual tiene un precio promedio de \$960 anuales. Finalmente, está **Efisys**, es un sistema integrado, con la diferencia que el cliente decide que quiere, en función a eso arman un paquete, el precio promedio es de \$2000; pago único.

5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Según el estudio realizado se determinó que el precio que pueden pagar el mercado es entre \$100 a \$300, el 44% estuvo de acuerdo en pagar entre \$150 a \$200 y el 39% está dispuesto a pagar entre \$100 a \$150.

5.3.2.3 Políticas de Precio

Para determinar el precio se tomó en cuenta tres factores, lo que los clientes están dispuestos a pagar, precio basado en la competencia y las características que posee Tax Solutions en comparación a la competencia.

En los meses de noviembre y diciembre, se aplicará un descuento del 2% al 5% de acuerdo al paquete seleccionado con la idea de que en marzo y abril será muy necesario. Las formas de pago son: efectivo, tarjeta de crédito y depósito bancario.

5.3.3 Estrategia de Plaza

5.3.3.1 Localización de Puntos de Venta

La empresa estará ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil parroquia Tarqui, específicamente en Mapasingue Oeste Av. Tercera y calle tercera, planta alta.

5.3.3.1.1 Distribución del Espacio

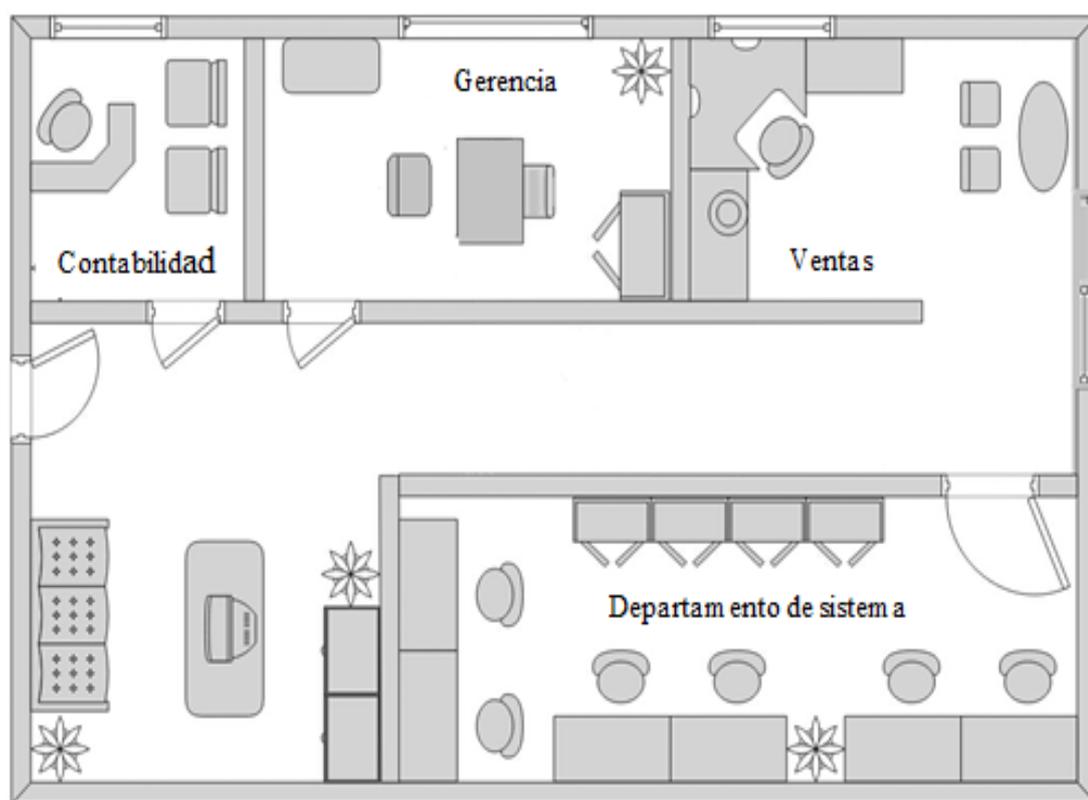


Gráfico 25 Distribucion de la oficina

Fuente: La investigación

5.3.3.1.2 Merchandising

- La plataforma web contará con un tutorial que durará no más de cinco minutos donde se explica el manejo del sistema tributario.
- La empresa otorgará un demo gratis del sistema tributario en la primera cita, para que el cliente interactúe con el software.
- Trimestralmente se hará un pequeño estudio de satisfacción del cliente para atender y cubrir la mayor cantidad de necesidades presentadas.

5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

Tax Solutions es un software tributario contable web, cuyo canal único es directo, es decir entre el fabricante y consumidor. Tampoco es necesario depósitos y almacenaje, dado que no es un producto ni es físico.

5.3.3.2.2 Logística

Dado que la empresa ofrece un servicio web, la logística no es necesaria en la presente propuesta.

5.3.3.2.3 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Pre-venta: La misión para realizar una pre-venta es manejar la expectativa ajustándola a la realidad del cliente. Además, proporcionar la información necesaria al cliente como: el modo de uso del sistema, las características, alguna inquietud acerca del sistema tributario contable y de esta manera poder satisfacer las necesidades del mismo.

Post-venta: Son aquellos esfuerzos realizados después de la pre-venta como: cumplir con el tiempo estipulado de la instalación de sistema y calidad-garantía del estado del servicio. Con la finalidad de fidelizar al

consumidor o clientes, asegurando una compra regular o repetitiva a futuro. Se ofrecerá asistencia remota.

Quejas/ Reclamos: La empresa tendrá un buzón de quejas o reclamos, donde se tomará en cuenta las quejas realizadas por el cliente, es decir si existieran fallos y/o errores en el sistema web, la empresa lo resolverá en menos de 48 horas laborales vía remota.

Devoluciones: Debido a que es un servicio, no se puede devolver, pero sí se bloqueará al cliente, pero si se puede realizar una cancelación parcial del contrato, salvo que se haya adquirido con un descuento o promoción.

5.3.4 Estrategias de Promoción

5.3.4.1 Promoción de Ventas

Dentro de la estrategia de promoción de ventas, se utilizará la creación de demanda: En el caso del paquete Silver se dará almacenamiento ilimitado por tiempo limitado.

5.3.4.2 Venta Personal

La empresa cuenta con dos vendedores, los cuales estarán distribuidos en lugares estratégicos como seminarios, cursos sobre temas tributarios - contables, ellos llevarán un demo del software para que de esta manera se pueda convencer al cliente y así generar una venta. También se tendrá una base de datos de posibles consumidores potenciales los cuales serán llamados para poder ofrecer el servicio y que los vendedores hagan una visita a sus establecimientos y que así prueben de manera gratuita el servicio.

5.3.4.3 Publicidad

5.3.4.3.1 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

Se eligió el color azul porque representa la seguridad, profesionalismo y temas informáticos, tal como *HP*, *IBM*, a continuación, se detalla el diseño del banner a utilizar

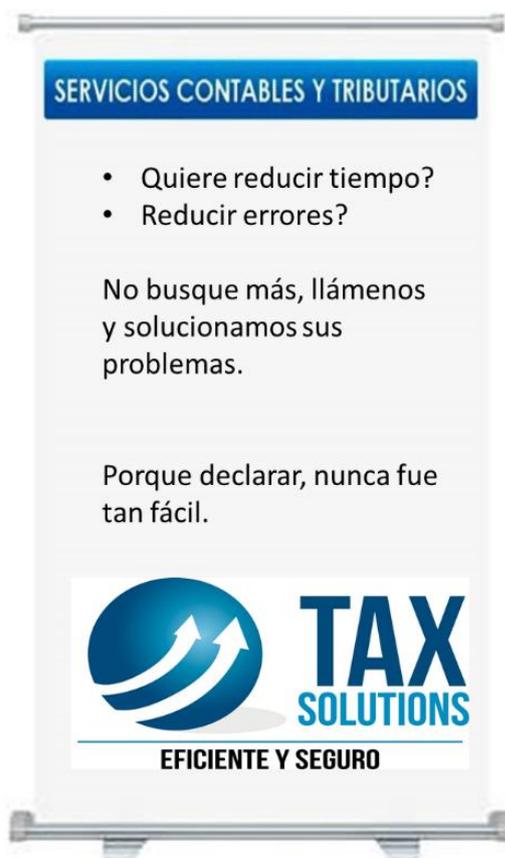


Gráfico 26 Diseño de la publicidad a utilizar

Fuente: La investigación

5.3.4.3.2 Estrategias ATL y BTL

ATL: como medio ATL se utilizará la revista de la Cámara de Comercio. (\$200 anuales)

BTL: se utilizará las redes sociales como Facebook, Instagram (Servicios prestados). Además de correos masivos una vez al mes.

5.3.4.3.3 Estrategia de Lanzamiento

Tabla 14 Paquetes de lanzamiento

Licencia	Estrategia de Lanzamiento
Licencia Silver	Se realizarán campañas por medio de redes sociales (Facebook e Instagram). Donde se darán a conocer los beneficios del servicio.
Licencia Gold	Se realizarán campañas personalizadas mediante correos electrónicos, llamadas telefónicas y folletos empresariales donde se difundirá el servicio.

Fuente: La investigación

5.3.4.3.4 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Para esto, se contratará a una persona quien manejará las redes sociales, se pautará en los meses de Marzo y Abril \$40 en Facebook ya que son los meses en los que las empresa hacen sus cierres fiscales.

Y los vendedores se encargarán de enviar los correos masivos a posibles clientes. (mensualmente)

5.3.4.4 Relaciones Públicas

Las relaciones públicas serán tramitadas por el jefe de ventas, manteniendo comunicación con el cliente mediante los medios del internet, teniendo asesoría de la imagen corporativa para que de esta manera se pueda fidelizar al cliente y/o consumidor ya que esto es el objetivo principal del servicio

5.3.4.5 Marketing Relacional

Correo postventa. -se enviará correos posteriores a la compra, mensualmente para de esta manera conocer el nivel de satisfacción del cliente.

Monitoreo de RRSS. - para poder solventar reclamos y resolver dudas acerca del sistema

5.3.4.6 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.6.1 Estrategias de E-Commerce

La estrategia de e-commerce consistirá en que, a través de las páginas de redes sociales, en cada post, se colocará un botón de “adquirir DEMO”. Se subirá en la plataforma promociones, actualizaciones o datos de información útil para el usuario.

5.3.4.6.2 Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales

Los competidores generalmente realizan sorteos de equipos electrónicos, descuentos en paquetes de los servicios que ofertan.

5.3.4.6.3 Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales

Soluciones informáticas S.A. contará con una página web, con cuentas en Instagram y Facebook, con el fin de subir contenidos de noticias, notificar sobre las promociones e interactuar con los usuarios. Además, semestralmente se sorteará capacitaciones sobre nuevos reglamentos del SRI.

5.3.4.7 Cronograma de Actividades de Promoción

Tabla 15 Cronograma de actividades de promoción

Publicidad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Revista CCG												
Correos Masivos												
Seminarios												
Planta baja de CCG												
Comunity Manager												

Fuente: La investigación

5.4 Presupuesto de Marketing

Tabla 16 Presupuesto de marketing

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
PUBLICIDAD													
REVISTAS DE CONSUMO	200.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200.00
REVISTA CAMARA DE COMERCIO	200.00												200.00
CORREO DIRECTO	150.00	-	-	-	-	-	-	-	-	150.00	-	150.00	450.00
LAMINCHILE S.A.	150.00									150.00		150.00	450.00
PUNTOS DE VENTA	400.00	200.00	-	-	-	200.00	-	200.00	-	200.00	200.00	-	1,400.00
SEMINARIOS	200.00	200.00								200.00	200.00		800.00
CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL	200.00					200.00		200.00					600.00
REDES SOCIALES	540.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,840.00
COMMUNITY MANAGER	540.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,840.00
TOTAL PUBLICIDAD	1,290.00	500.00	300.00	300.00	300.00	500.00	300.00	500.00	300.00	650.00	500.00	450.00	5,890.00

Fuente: La investigación

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6 PLAN OPERATIVO

6.1 Producción

6.1.1 Proceso Productivo

La presente propuesta manejará tres procesos diferentes que son: desarrollo de plataforma, proceso de funcionamiento y el proceso de mantenimiento y actualizaciones, a continuación, se detallan:

1) Desarrollo de plataforma:

1. Bosquejo de la plataforma
2. Creación del dominio
3. Desarrollo de la plataforma web
4. Programación del sistema
5. Pruebas
6. Ejecución del sistema

2) Proceso de funcionamiento:

1. Editar las plantillas de compras, ventas las mismas que serán proporcionadas por el vendedor.
2. Ingreso de usuario
3. Subir al sistema web las plantillas con la información para el anexo.
4. Validar información
5. Seleccionar generar ATS

6. Seleccionar visualizar o descargar

7. Revisar archivo generado

3) Proceso de mantenimiento y actualizaciones:

1. Revisión del error

2. Corrección y validación del mismo.

3. Realizar las debidas pruebas

4. Confirmación por parte de usuario.

5. Además de las actualizaciones de acuerdo con algún cambio en el reglamento del SRI.

6.1.2 Flujogramas de procesos

1) Desarrollo de plataforma

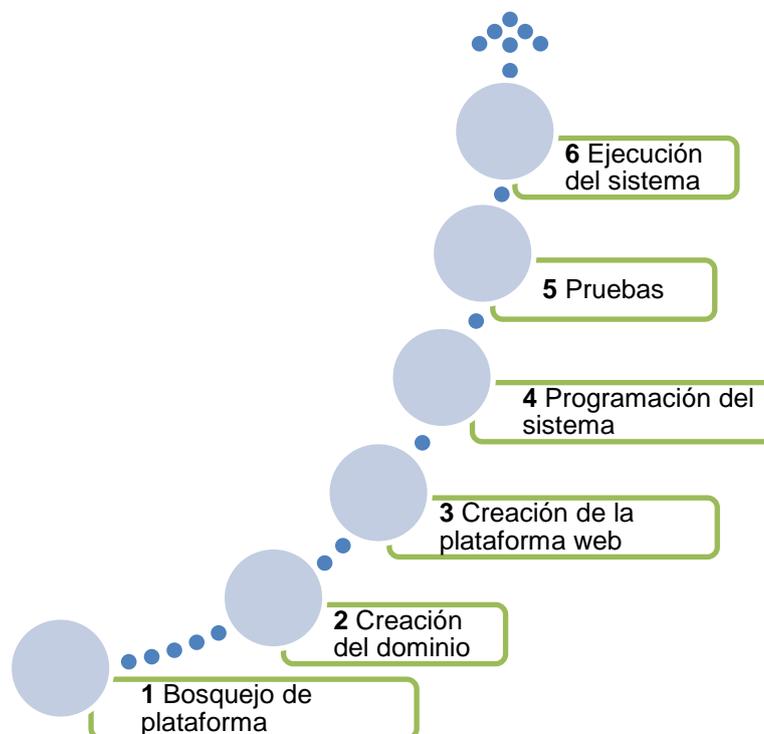


Gráfico 27 Flujograma del desarrollo de la plataforma

Fuente: La investigación

2) Proceso de funcionamiento

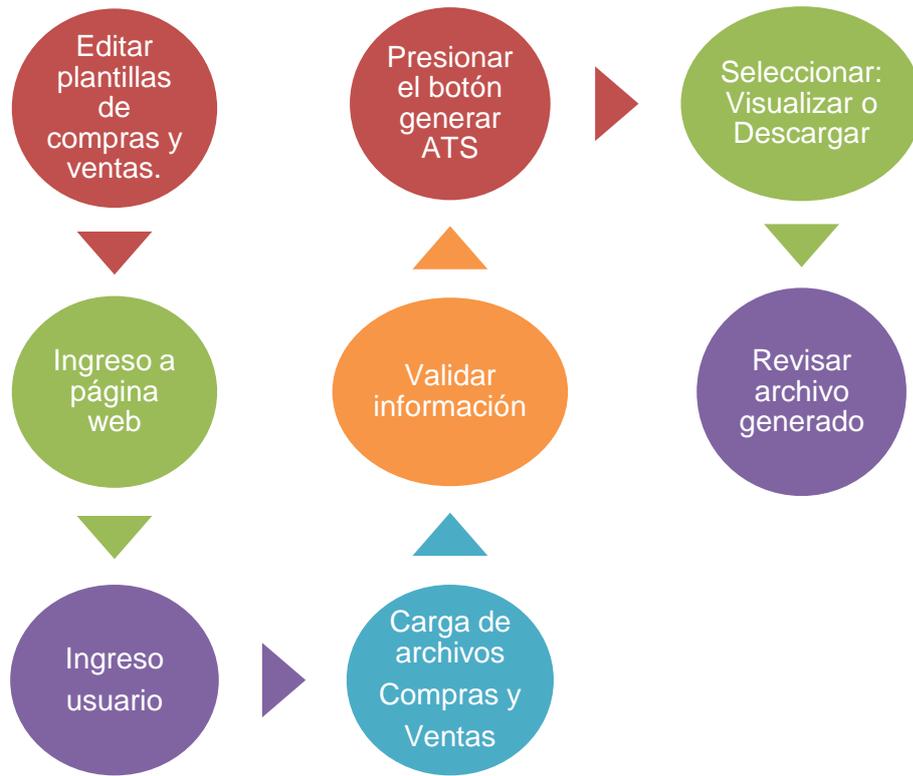


Gráfico 28 Flujograma del proceso de funcionamiento

Fuente: La investigación

3) Proceso de asistencia al usuario y mantenimiento

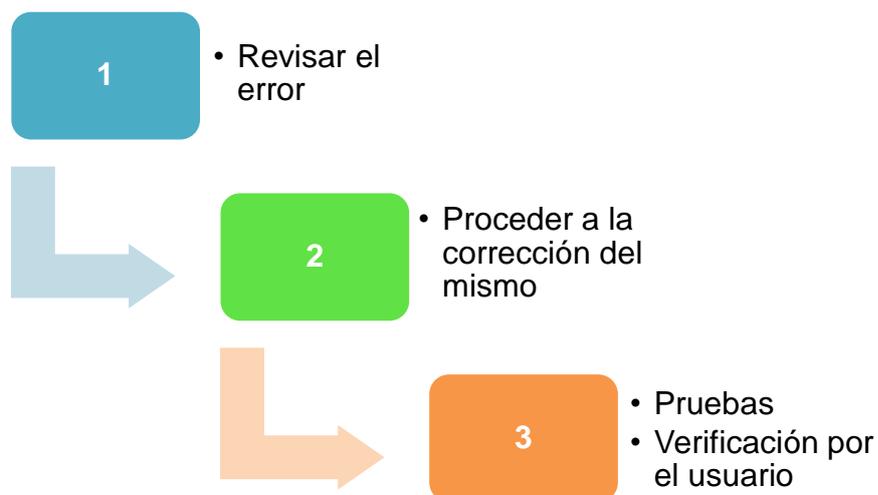


Gráfico 29 Flujograma del proceso de asistencia al usuario

Fuente: La investigación

6.1.3 Infraestructura

A continuación, se detallarán los muebles y equipos que la empresa va a requerir:

Tabla 17 Infraestructura

CLASE	DETALLE DEL ACTIVO	AREA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
EQUIPOS					
	TELEVISOR	ADM	1	400	400
	AIRE ACONDICIONADO	ADM	1	600	600
	AIRE ACONDICIONADO	PROD	1	450	450
MUEBLES Y ENSERES					
	SILLAS	PROD	1	50	50
	SILLAS	ADM	4	50	200
	SILLAS	VTAS	3	50	150
	ESCRITORIOS	PROD	1	200	200
	ESCRITORIOS	VTAS	2	200	400
	ESCRITORIOS	ADM	3	200	600
	ARCHIVADORES	ADM	3	250	750
	ARCHIVADORES	VTAS	1	250	250
	SALA DE ESPERA	VTAS	1	100	100
	MESA DE REUNIONES	VTAS	1	150	150
	MESA DE ESPERA	ADM	1	100	100
VEHICULOS					
	AUTO	VTAS	1	500	500
EQUIPOS DE COMPUTO					
	SERVIDOR	PROD	2	1,800	3,600
	RACK	PROD	1	300	300
	NAS	PROD	1	800	800
TOTALES					10,600

Fuente: La investigación

6.1.4 Mano de Obra

Tabla 18 Detalle de la mano de obra

AREA	CANT.	CARGO	SUELDO INDIVIDUAL
ADM	1	Gerente General Administrativo	600.00
	1	Contador	450.00
VENTAS	1	Jefe de Ventas	500.00
	1	Asistente de ventas	400.00
PLANTA	1	Asistente de Soporte	500.00
TOTAL			2,450.00

Fuente: La investigación

6.1.5 Capacidad Instalada

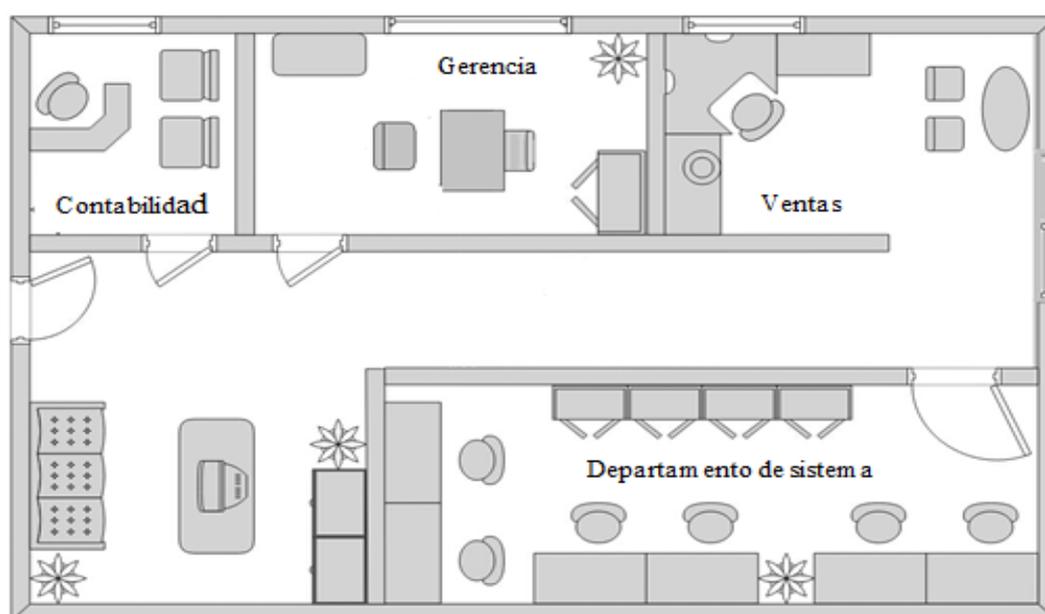


Gráfico 30 Capacidad Instalada

Fuente: La investigación

6.1.6 Presupuesto

6.2 Gestión de Calidad

6.2.1 Políticas de calidad

Las políticas de calidad giran en torno de lo siguiente:

Seguridad: gracias al sistema Linux, la información del cliente estará segura dado que por su seguridad nadie puede entrar, y se encriptará toda información registrada en el sistema.

Eficiencia: se garantiza cero errores en el funcionamiento del sistema al generar la información.

Facilidad de uso: el sistema está desarrollado de tal manera que el usuario no tenga ningún problema al utilizarlo.

Adicional se apegará a la norma ISO 27001, la misma que contiene los requisitos del sistema de gestión de seguridad de la información.

6.2.2 Procesos de control de calidad

Si existiera algún tipo de modificación, se realizará las debidas pruebas para un correcto funcionamiento del sistema, se efectuará un completo mantenimiento cada cierto tiempo para mejor funcionalidad del sistema.

Se controlará y evaluará que el personal realice un eficiente trabajo y esté altamente calificado.

6.2.3 Presupuesto

Tabla 19 Presupuesto de gestión de calidad

AREA	CANT.	CARGO	SUELDO INDIVIDUAL
ADM	1	Gerente General Administrativo	600.00
	1	Contador	450.00
VENTAS	1	Jefe de Ventas	500.00
	1	Asistente de ventas	400.00
PLANTA	1	Asistente de Soporte	500.00
TOTAL			2,450.00

Fuente: La investigación

6.3 Gestión Ambiental

6.3.1 Políticas de protección ambiental

La empresa cuenta con la política de protección ambiental, facilitando la campaña de reciclaje, donde se ubican los depósitos especiales para papel, plásticos y vidrio. Con el fin de aportar al cuidado del medio ambiente.

6.3.2 Procesos de control ambiental

Se implementará que cada tóner vacío se venderá, para de esta manera las empresas especializadas en esto lo puedan reutilizar o reprocesar.

6.3.3 Presupuesto

Tabla 20 Presupuesto de gestión ambiental

Descripción	Cantidad	Valor
Tachos de basura (reciclar)	1	\$50.00
Tacho de basura	4	\$30.00

Fuente: La investigación

6.4 Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1 Políticas de protección social

Se impartirá capacitaciones y charlas sobre el consumo de alcohol, droga y violencia intrafamiliar.

6.4.2 Presupuesto

Tabla 21 Presupuesto de protección social

Descripción	Valor
Charla Alcohol y drogas	\$100
Charla violencia intrafamiliar	\$150

Fuente: La investigación

6.5 Estructura Organizacional

6.5.1 Organigrama

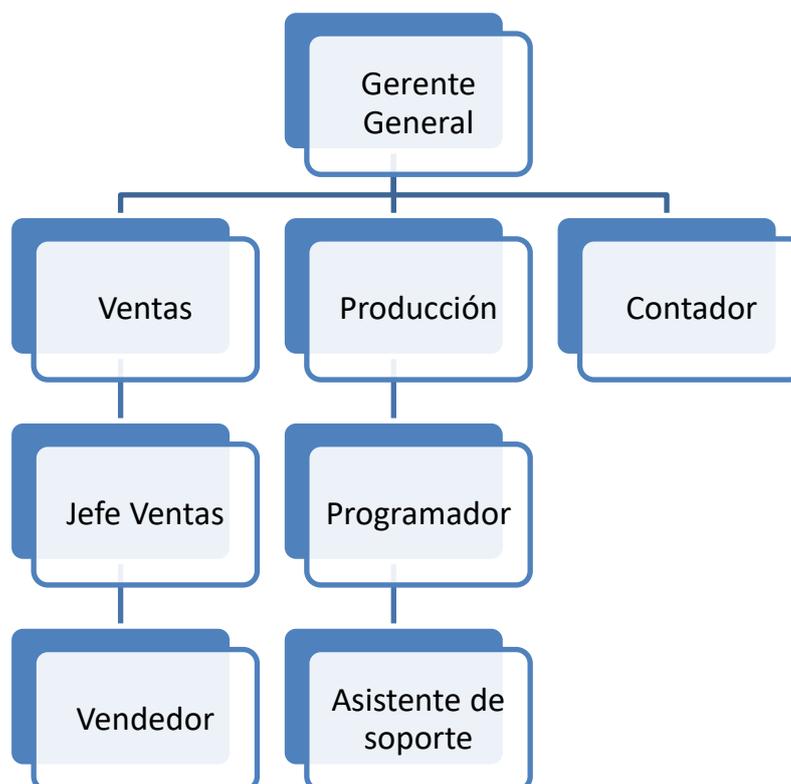


Gráfico 31 Estructura organizacional

Fuente: La investigación

6.5.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

- **Gerente General:** Habilidades para administrar, dirigir y controlar las actividades de la empresa, determinación para tomar las medidas

necesarias para la mejora continua, y buscar la mejor solución a problemas que se vayan presentando. Sueldo \$600.

- **Contador:** Llevar la contabilidad de la compañía, conocimientos básicos de contabilidad, manejo de formularios, declaraciones. Sueldo \$450 - \$500.
- **Jefe de Ventas:** Conocimiento en ventas, marketing, apertura de nuevos mercados. Sueldo \$500
- **Vendedor:** Buena presencia, capacidad de convencimiento, conocimiento en ventas y promociones. Sueldo \$400 + comisiones.
- **Programador:** Desarrollo de la plataforma, soluciones a problemas serios dentro de la plataforma, actualizaciones acordes al reglamento del SRI. Servicios prestados. \$700.
- **Asistente de soporte:** Solución a problemas de red, internos, colaborador. \$500.

6.5.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

Contador: está a la altura de los demás jefes, tiene como principal responsabilidad la de manejar las cuentas, declaraciones.

Gerente general: está en el deber de hacer que la empresa sea próspera y vaya en crecimiento, mas no decaiga.

Jefe de ventas: está en la obligación de atender el mercado, incrementar las ventas y manejar las promociones.

CAPÍTULO 7

PLAN ECONOMICO FINANCIERO Y TRIBUTARIO

CAPITULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial para el proyecto de investigación es un total de \$39,828.44, la misma que se detalla a continuación, distribuida por área.

Tabla 22 Detalle de la inversión inicial

INVERSION INICIAL	ADM	VTAS	PROD	TOTAL
INVERSION FIJA	2.650,00	2.550,00	5.400,00	10.600,00
ACTIVOS INTANGIBLES	3.200,00	-	-	3.200,00
PREOPERACIONALES	699,00	-	7.200,00	7.899,00
CAPITAL DE TRABAJO	18.129,44	-	-	18.129,44
TOTAL INVERSION INICIAL	24.678,44	2.550,00	12.600,00	39.828,44

Fuente: La investigación

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

La inversión fija corresponde a todos los activos que serán necesario para el libre funcionamiento de las actividades de la empresa, dentro de esta inversión están todos los tangibles de la propuesta, a continuación, se presenta el detalle de la inversión fija

Tabla 23 Detalle inversión fija

DEPRECIABLES	
EDIFICIOS	-
MAQUINARIA	-
EQUIPOS	1.450,00
MUEBLES Y ENSERES	2.950,00
VEHICULOS	1.500,00
EQUIPOS DE COMPUTO	4.700,00
TOTAL DEPRECIABLE	10.600,00
TOTAL INVERSION FIJA	10.600,00

Fuente: La investigación

7.1.1.2. Diferida

La inversión diferida para la propuesta corresponde a todos los activos intangibles del proyecto, los mismos que se detallan a continuación

Tabla 24 Detalle inversión diferida

ACTIVOS INTANGIBLES	
LICENCIAS & SOFTWARE	3.200,00
REGISTROS DE PRODUCTOS	-
REGISTRO DE MARCA - IEPI	-
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	3.200,00

Fuente: La investigación

7.1.1.3. Corriente

La inversión corriente corresponde a todos los gastos para constituir la propuesta y la funcionalidad de la misma, debido a ello la inversión corriente son todos pre operativos, otro componente que forma la inversión corriente es el capital de trabajo calculado a tres meses, a continuación, se presenta el detalle

Tabla 25 Detalle inversión corriente

PREOPERACIONALES - OTROS ACTIVOS CORRIENTES	
BASICOS	
CREACION DE EMPRESA	250,00
CUERPO DE BOMBEROS	224,00
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	225,00
TOTAL BASICOS	699,00
ESPECIFICOS	
BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA	-
ISO	7.200,00
NORMAS INEM	-
TOTAL ESPECIFICOS	7.200,00
CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS FIJOS	17.515,69
COSTOS VARIABLES	213,75
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	17.729,44

Fuente: La investigación

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

La fuente de financiamiento seleccionada para la propuesta es por medio de tres accionistas, a continuación, se presenta la distribución de la fuente de financiamiento.

Tabla 26 Fuente de financiamiento del proyecto

DETALLE	% PESO	MONTO
PRESTAMO BANCARIO	0%	-
ACCIONISTA 1	60%	23.897,06
ACCIONISTA 2	20%	7.965,69
ACCIONISTA 3	20%	7.965,69
TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL	100%	39.828,44

Fuente: La investigación

7.1.2.2. Tabla de Amortización

Debido a que la propuesta solo utilizará accionistas este punto no aplica.

7.1.3. Cronograma de Inversiones

El cronograma de inversiones se presenta a continuación

Tabla 27 Detalle del cronograma de inversiones

CALENDARIO DE INVERSIONES	Mes 0
INVERSION FIJA	10.600,00
ACTIVOS INTANGIBLES	3.200,00
PREOPERACIONALES	7.899,00
CAPITAL DE TRABAJO	18.129,44
TOTAL INVERSION INICIAL	- 39.828,44

Fuente: La investigación

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Dentro de este rubro se ha considerado aquellos gastos ocasionados por las aéreas de ventas, administración y financieros

Tabla 28 Detalle de costos fijos

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS		32.774,90	27.369,25	28.870,93	30.456,54	32.141,99
GASTOS DE VENTA		23.257,20	25.532,33	26.716,87	28.169,34	29.713,61

Fuente: La investigación

7.2.2. Costos Variables

Son todos los costos relacionados al área de producción, a continuación, se presenta la proyección por un periodo de 5 años

Tabla 29 Costos Variables

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		14.885,67	16.034,41	16.820,12	16.078,28	16.949,47

Fuente: La investigación

7.3. Capital de Trabajo

Para el cálculo del capital de trabajo se consideraron los tres primeros de meses del total de costos fijos y variables que son necesarios para el cumplimiento de todas las actividades administrativas, productivas y comerciales.

7.3.1. Gastos de Operación

A continuación, se presentan los costos necesarios para desarrollar el servicio

Tabla 30 Detalle de gastos de operación

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		14.885,67	16.034,41	16.820,12	16.078,28	16.949,47
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	7.854,00	8.847,74	9.360,20	9.903,12	10.483,30
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONA	FIJO	1.500,00	1.575,00	1.653,75	1.736,44	1.823,26
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	1.681,67	1.681,67	1.681,67	115,00	115,00
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS	FIJO	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	FIJO	1.410,00	1.400,00	1.500,00	1.600,00	1.700,00

Fuente: La investigación

7.3.2. Gastos Administrativos

A continuación, se presentan los gastos administrativos de la propuesta de investigación

Tabla 31 Detalle de gastos administrativos

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS		32.774,90	27.369,25	28.870,93	30.456,54	32.141,99
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	12.600,00	13.356,00	14.157,36	15.006,80	15.907,21
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	1.530,90	2.735,75	2.899,90	3.073,89	3.258,33
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	2.325,00	2.449,50	2.559,67	2.675,85	2.808,40
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONA	FIJO	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	200,00	210,00	220,50	231,53	243,10
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	VAR	55,00	63,00	69,00	74,00	79,00
DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO	7.899,00				

Fuente: La investigación

7.3.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas es el monto por el desarrollo de las actividades de marketing y por el personal del área

Tabla 32 Detalle de gastos de ventas

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS DE VENTA		23.257,20	25.532,33	26.716,87	28.169,34	29.713,61
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	10.800,00	11.448,00	12.134,88	12.862,97	13.634,75
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	1.312,20	2.344,93	2.485,63	2.634,77	2.792,85
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	2.100,00	2.211,00	2.306,86	2.407,87	2.524,34
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	5.890,00	6.243,40	6.618,00	6.948,90	7.296,35
GASTOS DE VIAJE	VAR	800,00	840,00	882,00	926,10	972,41
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
DEPRECIACIONES PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	555,00	555,00	305,00	305,00	305,00

Fuente: La investigación

7.3.4. Gastos Financieros

Como la propuesta no posee financiamiento por entidades financieras no genera gastos por interés por ende no posee gastos financieros.

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes

A continuación, se presenta el detalle de costos unitarios para los próximos cinco años.

Tabla 33 Detalle de costos unitarios

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANO DE OBRA DIRECTA	-	-	-	-	-
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	14.885,67	16.034,41	16.820,12	16.078,28	16.949,47
TOTAL COSTOS	14.885,67	16.034,41	16.820,12	16.078,28	16.949,47
SUSCRIPCIONES	223	223	362	464	597
COSTO UNITARIO POR SUSCRIPCION	66,75	71,90	46,45	34,64	28,37

Fuente: La investigación

Como la propuesta mantiene un solo canal que es el directo a continuación se presenta el Mark – Up de la propuesta.

Tabla 34 Mark – Up por producto

MARK UP POR CANAL BASADO EN COSTOS Y PRECIOS PROMEDIOS

	COSTO	% MARGEN	PRECIO CANAL	%MARGEN CANAL	P.V.P.
PRODUCTO A	66,75	78%	300,00	0%	300,00
PRODUCTO B	66,75	67%	200,00	0%	200,00
PRODUCTO C	66,75	55%	150,00	0%	150,00
PRODUCTO D	66,75	83%	400,00	0%	400,00

Fuente: La investigación

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

A continuación, se presentan la proyección de ventas expresadas en unidades y dólares

Tabla 35 Pronostico de ventas en unidades

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSOLIDADO PRODUCTOS					
GOLD	56	67	81	97	116
SILVER	62	81	105	136	177
BRONCE	81	109	148	199	269
ESPECIAL	24	26	29	32	35
TOTAL SUSCRIPCIONES	223	284	362	464	597

Fuente: La investigación

Tabla 36 Pronostico de ingresos

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSOLIDADO PRODUCTOS					
GOLD	16.800	20.832	25.805	31.933	39.481
SILVER	12.400	16.926	23.052	31.329	42.499
BRONCE	12.150	17.496	25.096	35.872	51.118
ESPECIAL	9.600	10.824	12.197	13.736	15.461
TOTAL VENTAS EN US\$	50.950	66.078	86.149	112.871	148.559

Fuente: La investigación

Tabla 37 Pronostico de costos

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSOLIDADO PRODUCTOS					
GOLD	3.738	4.832	3.746	3.352	3.295
SILVER	4.139	5.795	4.867	4.718	5.024
BRONCE	5.407	7.863	6.858	6.902	7.634
ESPECIAL	1.602	1.898	1.349	1.106	997
TOTAL COSTO DE VENTAS EN	14.886	20.388	16.820	16.078	16.949

Fuente: La investigación

7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

A continuación, se presenta el punto de equilibrio proyectado a cinco años

Tabla 38 Detalle del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO A	75	68	58	52	49
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO B	146	140	119	111	109
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO C	306	298	236	218	217
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO D	23	19	15	13	11

Fuente: La investigación

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

La propuesta estará ligado a todas las obligaciones que exija la ley como el pago de impuestos al SRI y el pago de cualquier otro impuesto de las diferentes entidades de control del Estado

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General

A continuación, se presenta el Balance General proyectado a cinco años

Tabla 39 Balance general proyectado

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	10.163,75	(39.423,35)	(51.142,07)	(50.466,12)	(36.882,65)	(7.116,42)
CUENTAS POR COBRAR		40.760,00	52.862,40	68.919,22	90.296,68	118.847,19
INVENTARIOS	-	-	-	-	-	-
SEGUROS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS						
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	7.899,00	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	18.062,75	1.336,65	1.720,33	18.453,10	53.414,03	111.730,77
ACTIVOS NO CORRIENTES						
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	10.600,00	10.600,00	10.600,00	10.600,00	10.600,00	10.600,00
DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		2.601,67	5.203,33	7.555,00	8.340,00	9.125,00
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO NETOS	10.600,00	7.998,33	5.396,67	3.045,00	2.260,00	1.475,00
ACTIVO INTANGIBLE						
PLUSVALIAS						
MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE, CUOTAS PATRIMONIALES	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES		640,00	1.280,00	1.920,00	2.560,00	3.200,00
ACTIVO INTANGIBLE NETO	3.200,00	2.560,00	1.920,00	1.280,00	640,00	-
TOTAL ACTIVOS	31.862,75	11.894,99	9.036,99	22.778,10	56.314,03	113.205,77
PASIVOS						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	-	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE OBLIGACIONES BANCARIAS	-	-	-	-	-	-
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	-	-	-	4.630,75	12.862,17	23.507,07
CON LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA						
IMPUESTO A AL RENTA POR PAGAR	-	-	-	2.569,59	7.137,17	13.043,98
CON EL IESS						
POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS						
PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR	-	-	-	2.061,17	5.725,00	10.463,09
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	-	-	4.630,75	12.862,17	23.507,07
OBLIGACIONES BANCARIAS A LARGO PLAZO	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVOS	-	-	-	4.630,75	12.862,17	23.507,07
PATRIMONIO						
Capital Social	31.862,75	31.862,75	31.862,75	31.862,75	31.862,75	31.862,75
Utilidad del Ejercicio	-	(19.967,77)	(2.857,99)	9.110,35	25.304,51	46.246,85
Utilidades Retenidas	-	-	(19.967,77)	(22.825,76)	(13.715,41)	11.589,10
Total de Patrimonio	31.862,75	11.894,99	9.036,99	18.147,34	43.451,86	89.698,70
Pasivo más Patrimonio	31.862,75	11.894,99	9.036,99	22.778,10	56.314,03	113.205,77

Fuente: La investigación

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultado fue proyectado a un periodo de cinco años, a continuación, se presenta el estado de resultado proyectado

Tabla 40 Estado de resultado proyectado

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	50.950,00	66.078,00	86.149,03	112.870,85	148.558,99
COSTO DE VENTAS	14.885,67	16.034,41	16.820,12	16.078,28	16.949,47
UTILIDAD BRUTA	36.064,33	50.043,59	69.328,90	96.792,57	131.609,51
% Margen Bruto	71%	76%	80%	86%	89%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	32.774,90	27.369,25	28.870,93	30.456,54	32.141,99
GASTOS DE VENTAS	23.257,20	25.532,33	26.716,87	28.169,34	29.713,61
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	56.032,10	52.901,59	55.587,80	58.625,88	61.855,60
UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)	(19.967,77)	(2.857,99)	13.741,10	38.166,68	69.753,91
% Margen Operativo	-39%	-4%	16%	34%	47%
GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	(19.967,77)	(2.857,99)	13.741,10	38.166,68	69.753,91
% Margen antes impuestos	-39%	-4%	16%	34%	47%
PARTICIPACION DE UTILIDADES	-	-	2.061,17	5.725,00	10.463,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(19.967,77)	(2.857,99)	11.679,94	32.441,68	59.290,83
IMPUESTO A LA RENTA	-	-	2.569,59	7.137,17	13.043,98
UTILIDAD DISPONIBLE	(19.967,77)	(2.857,99)	9.110,35	25.304,51	46.246,85
% Margen Disponible	-39%	-4%	11%	22%	31%

Fuente: La investigación

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

A continuación, se presenta el flujo de efectivo

Tabla 41 Flujo de efectivo proyectado

Flujo de Efectivo - EBITDA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes Imptos Renta	(19.967,77)	(2.857,99)	13.741,10	38.166,68	69.753,91
(+) Gastos de Depreciación/Amortizacion	11.140,67	3.241,67	2.991,67	1.425,00	1.425,00
(-) Inversiones en Activos	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de Deuda	-	-	-	-	-
(-) Aumento del capital del trabajo	-	-	-	-	-
(-) Pagos de Impuestos	-	-	-	4.630,75	12.862,17
Flujo Anual	(8.827,10)	383,67	16.732,77	34.960,93	58.316,74
Flujo Acumulado	(8.827,10)	(8.443,43)	8.289,34	43.250,28	101.567,02
Pay Back del flujo	(48.655,54)	(48.271,87)	(31.539,10)	3.421,84	61.738,58

Fuente: La investigación

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

Para el cálculo de TMAR se consideró la tasa esperada por el accionista, calculada de la siguiente forma

Tabla 42 Calculo de la tasa del accionista

$$K_e = R_f + \text{Beta} (R_m - R_f) + R_p$$

TASA DEL ACCIONISTA - MODELO MVAC		
VARIABLES	ABREVIATURA	TASAS
TASA LIBRE DE RIESGO	Rf	1,75%
BETA	β	0,99
RENDIMIENTO DEL MERCADO	Rm	11,42%
RIESGO PAIS	Rp	6,43%
TASA DEL ACCIONISTA		17,75%

Fuente: La investigación

7.6.2.1.1.2. VAN

El Valor Actual Neto de la propuesta asciende a \$7,143.20, esto fue obtenido de la diferencia entre la inversión inicial y los valores presentes de los flujos futuros.

7.6.2.1.1.3. TIR

La TIR del proyecto asciende a 21.85%

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

El tiempo de recuperación de la inversión es de 47 meses lo que equivale a 3 años con 11 meses.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Para el análisis de sensibilidad se ha considerado un 10% como escenario positivo y un 10% como negativo de la siguiente manera.

Tabla 43 Análisis de sensibilidad

	MODERADO	PESIMISTA	OPTIMISTA
	AÑO 0	AÑO 0	AÑO 0
TMAR	17,75%	17,75%	17,75%
VAN	7.143,20	(16.467,95)	29.980,40
TIR	21,85%	8,04%	34,63%

Fuente: La investigación

7.8. Razones Financieras

7.8.1. Liquidez

A continuación, se presenta los ratios de liquidez de la propuesta

Tabla 44 Indicadores de liquidez

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ratios de Liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo	en veces			4,0	4,2	4,8
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces			4,0	4,2	4,8
Capital de Trabajo	en dinero	1.337	1.720	13.822	40.552	88.224
Riesgo de Ilquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcenta	89%	81%	19%	5%	1%

Fuente: La investigación

7.8.2. Gestión

A continuación, se muestra el detalle de los indicadores de gestión

Tabla 45 Detalle de indicadores de gestión

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RATIOS DE GESTION (Uso de Activos)						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	4,3	7,3	3,8	2,0	1,3

Fuente: La investigación

7.8.3. Endeudamiento

A continuación, se presentan los indicadores de endeudamiento de la propuesta

Tabla 46 Detalle de los indicadores de endeudamiento

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcenta	0%	0%	20%	23%	21%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje			100%	100%	100%
Estructura del capital Pasivo / Patrimonio	en veces	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3

Fuente: La investigación

7.8.4. Rentabilidad

A continuación, se detallan los indicadores de rentabilidad

Tabla 47 Detalle de los indicadores de rentabilidad

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ratios de Rentabilidad				
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaj	80%	86%	89%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaj	16%	34%	47%
Margen Neto = Utilidad Disponible / Ventas Netas	en porcentaj	11%	22%	31%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaj	40%	45%	41%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaj	50%	58%	52%

Fuente: La investigación

7.9. Conclusión del Estudio Financiero

- La inversión requerida para la implementación de la propuesta es baja el mayor porcentaje se encuentra en el rubro de capital de trabajo.
- Dentro del análisis realizado la propuesta posee un Valor Actual Neto positivo.
- La Tasa Interna de Retorno del 21.85% es superior a la tasa mínima requerida por el accionista que es de 17.75%.
- El tiempo de recuperación de la inversión de la propuesta es de 47 meses.
- La propuesta genera indicadores de rentabilidad positivos desde el tercer año de actividades.

Indicado lo anterior se puede indicar que la presente propuesta de investigación es factible y viable.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Principales riesgos

Existen varios riesgos que pueden afectar al software. Uno de los más importantes es que copien la funcionalidad y lo vendan a un precio inferior. Otro muy riesgoso es que roben la información. Además, del mantenimiento del servidor, dado que puede presentar fallos o hasta incendiarse.

Tabla 48 Descripción de los riesgos

Descripción del riesgo	Detalle
Robo de información	Ingresos de terceras personas al servidor de almacenamiento de la información del contribuyente
Incendio o fallo de servidores	Debido a las conexiones eléctricas se pueda generar algún tipo de fallo eléctrico
Nuevo competidor	Debido a la falta de barreras de entradas

Fuente: La investigación

8.2. Monitoreo y control del riesgo

Para el proceso de control se considerará el siguiente proceso de monitoreo y control.



Gráfico 32 Detalle del proceso de control

Fuente: La investigación

8.3. Acciones Correctivas

Tabla 49 Acciones correctivas para los riesgos

Descripción del riesgo	Acción correctiva	Responsable
Robo de información	Encriptar la información, atender la vulnerabilidad del sistema.	Programador
Incendio o fallo de servidores	Respaldo directo en nube.	Programador

Nuevo competidor	Innovación constante, encuestas trimestrales de satisfacción.	Gerente General Jefe de Ventas
------------------	---	-----------------------------------

Fuente: La investigación

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

Desarrollada la investigación para la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar anexos transaccionales por medio por medio de una plataforma web en la ciudad de Guayaquil se concluye con lo siguiente:

- De acuerdo al objetivo general se concluye que la propuesta es factible ya que según el análisis financiero realizado se determinó que el VAN asciende a un valor de \$7,143.20 con una TIR del 21,85% que es superior a la TMAR del 17.75%, recuperando la inversión en un plazo de 47 meses.
- Luego del estudio de mercado se determinó que el 92.7% de la muestra encuestada están dispuestos a adquirir algún tipo de ayuda para poder generar los ATS.
- Luego del análisis de la atractividad de la industria se determinó que la industria de software contable mantiene acogida ya que es un medio que permite el control de las actividades comerciales del cliente.
- La industria de las TICs mantiene financiamiento por parte de entidades privadas y públicas debido a que es un sector en desarrollo.
- Los índices de rentabilidad ROE y ROA al finalizar el quinto año son superiores al 40%.

Finalmente se concluye que luego de todo el proceso investigativo la propuesta de la creación de una plataforma web que genere ATS para los contribuyentes en la ciudad de Guayaquil es factible y viable.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10. RECOMENDACIONES

Luego del análisis se recomienda la siguiente:

- Determinar nuevos canales de distribución y más puntos de ventas logrando una mayor cobertura.
- Desarrollar un estudio para determinar la atractividad de la industria en otras ciudades del país, de tal forma de poder acaparar un mercado mayor.
- Desarrollar nuevas líneas de producto para llegar a otros segmentos de mercado, contribuyentes especiales, naturales.
- Realizar medición de medios para evaluar la afectividad de las campañas publicitarias utilizadas
- Realizar un estudio para medir el índice de satisfacción de los clientes y así desarrollar estrategias de fidelización a futuro.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

11. FUENTES

- Priego R. (2016). La nueva era del automovil-Drivy. Obtenido de http://drivy-misc.s3.amazonaws.com/press/ES/kit/ES_Dossier_Press_Drivy.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Arímetrics*. (s.f.). Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/big-data#gref>
- Asamblea Nacional. (29 de Septiembre de 2011). *wipo*. Obtenido de : <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec048es.pdf>
- Cazau. (Julio de 2006). *International Journal of Good Conscience*. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- Cegarra Sanchez, J. (2012). *Los metodos de investigacion*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Comisión de Legislación y Codificación. (18 de Octubre de 2005). Obtenido de http://www.funcionjudicial.gob.ec/www/pdf/normativa/codigo_trabajo.pdf
- Congreso Nacional. (10 de Abril de 2002). *redipd*. Obtenido de http://www.redipd.org/legislacion/common/legislacion/ecuador/ecuador_ley_2002-67_17042002_comelectronico.pdf
- Congreso Nacional. (10 de Abril de 2002). *redipd*. Obtenido de http://www.redipd.org/legislacion/common/legislacion/ecuador/ecuador_ley_2002-67_17042002_comelectronico.pdf
- Constitución. (19 de Mayo de 1998). *wipo*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec001es.pdf>
- El Comercio. (24 de Febrero de 2016). . Obtenido de <http://www.elcomercio.com/datos/impuestos-sri-ecuador-recaudacion-tributaria.html>
- El Telégrafo. (04 de Noviembre de 2012). . Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-cuenta-con-33-centros-de-desarrollo-empresarial-y-apoyo-al-emprendimiento>
- Falcon, C. (2013). *Innovación, Competitividad y Nuevos Modelos de Negocio*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- González, F. (2015). *EL CASO UBER EN MÉXICO*. Obtenido de <http://www.gdca.com.mx/PDF/competencia/EL%20CASO%20UBER.pdf>
- INEC. (2013). Recuperado el 22 de Mayo de 2014, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
- INEC. (2015). *ecuador en cifras*. Obtenido de : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012_2013_2014_Tic_Resumen_Ejecutivo.pdf
- INOCAR. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf
- Laudon, F., & Laudon, J. (1996). *Sistemas de Información*. Mexico: Diana.

- Ley de Compañías. (1999). Obtenido de <https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>
- Magretta, J. . (2002). Why business models matter. Harvard Business Review.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (05 de Agosto de 2013). Los datos masivos (o big data) son el nuevo oro. *El Diario*.
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2012). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/crecimiento-economico-ecuatoriano-de-la-mano-con-la-tecnologia/>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2014). *Observatorio TIC*. Obtenido de : <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2016). Obtenido de : <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/Plan-de-Telecomunicaciones-y-TI.pdf>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2016). *telecomunicaciones*. Obtenido de : <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/Plan-de-Telecomunicaciones-y-TI.pdf>
- Mocholi, A. (07 de Diciembre de 2016). *Tipos de app para empresas que mejorarán tu productividad*. Obtenido de YeePLY.com: <https://www.yeeply.com/tipos-app-de-empresas-productividad/>
- Navia, C. E. (2012). Proyecto de negocio Transport Security. Quito: USFQ. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1923/1/106615.pdf>
- Oviedo Xavier. (s.f.). *Scribd*. Obtenido de : <https://es.scribd.com/doc/92026532/Programas-gubernamentales-de-emprendimiento-en-Ecuador>
- Pablos, C., Martín Romo, S., López, J., & Medina, S. (2004). *Informática y comunicaciones en la empresa*. Madrid: Essic Editorial.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>
- Priego R. (2016). La nueva era del automóvil DRIVY. Obtenido de http://drivy-misc.s3.amazonaws.com/press/ES/kit/ES_Dossier_Press_Drivy.pdf
- Priego, R. (2016). La nueva era del automóvil-Drivy. pág. 14.
- Priego, Raquel. (2016). La nueva era del automóvil-Drivy. Obtenido de http://drivy-misc.s3.amazonaws.com/press/ES/kit/ES_Dossier_Press_Drivy.pdf
- Red de Bibliotecas UNNE. (s.f.). *Calculadora para obtener el tamaños de una muestra*. Obtenido de <http://med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>
- Repositorio UCSG. (2016). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/5494>
- Repositorio UCSG. (2016). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/5494>
- Salas F. (2009). Modelos de Negocio y Nueva Economía Industrial. Universia Business Review.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (1991). Metodología de la investigación. México: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. Recuperado el 2014, de http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buen Vivir*. Recuperado el 06 de Junio de 2014, de Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs3>
- Shopify. (Febrero de 2013). *Wix.com*. Obtenido de <http://es.wix.com/2013/02/aplicaciones-para-negocios/>
- SINDE. (30 de Noviembre de 2012). *Sistema de Investigacion y Desarrollo*. Obtenido de <http://www2.ucsg.edu.ec/sinde/lineas-de-investigacion.html>
- Sistema de Investigación y Desarrollo de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. (2015).
- SRI. (04 de Agosto de 2004). *sri*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/a8e0c3ef-15af-4d39-8cb9-e0480423d5a3/LEY+DEL+REGISTRO+%DANICO+DE+CONTRIBUYEN+TES.pdf>
- SRI. (04 de Enero de 2012). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/172>
- SRI. (Abril de 2015). Obtenido de <file:///C:/Users/Financiero01/Downloads/FICHA%20TECNICA%20COMPR+OBANTES%20ELECTR%C3%93NICOS%20versi%C3%B3n%201%2010%2013%2004%202015.pdf>
- Superintendencia de Compañías*. (11 de Agosto de 2008). Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/institucion/base_legal.pdf
- Think Creative Idea. (30 de Septiembre de 2010). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/49197422/Modelos-de-Las-Estrategias-de-Marketing>
- Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación de emprendimientos explorando nuevos ambitos y posibilidades. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592310701339>
- Tubella, & Vilaseca. (2005). En I. Tubella, & J. Vilaseca, *Sociedad del conocimiento* (pág. 2). Catalunya: UOC.
- Tubella; Vilaseca. (2005). En T. Imma, & V. Jordi, *Sociedad del conocimiento* (pág. 2). Catalunya: UOC.
- UTP, R. (Diciembre de 2009). *Universidad Tecnologica de Pereira*. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/660/emprendimiento%20una%20opcion-para-desarrollo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valencia, W., & Paucara, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. En *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*. Universidad de San Marcos. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/6421/5643>
- Wanberger, K. (2009). Plan de Negocios "Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio". En K. W. Villarán, *Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio* (pág. 33). Lima: Nathan Associates Inc.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

12. ANEXOS

Preguntas para la encuesta a clientes

1.- ¿Tiene algún tipo de negocio?

si no

2.- ¿Está obligado a llevar contabilidad?

si no

3.- ¿Qué tipo de persona es?

PN PJ

4.- ¿Tiene facilidad de orden en sus facturas compraventa?

si no

5.- ¿Tiene conocimiento sobre los anexos transaccionales?

si no

6.- ¿Si su respuesta es si, sabe cómo aplicarlos?

si no

7.- ¿Si su respuesta es no, le gustaría saber cómo aplicarlos?

si no

8.- ¿Se encarga usted de realizar anexos transaccionales en su Cía.?

si no

9.- ¿Si su respuesta es no, quien es la persona encargada?

Contador
Asistente Contable
Otros: _____

10.- ¿Le gustaría reducir tiempo y gastos al realizar los Anexos Transaccionales?

si no

11.-Cuánto estaría dispuesto a pagar por una plataforma web, que le permitirá realizar los ATS fácilmente y en poco tiempo?

80 - 100
100 - 150
150 - 200

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

CAPÍTULO 13

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Layana Duarte, Denisse Andrea** con C.C: # **0931129530** autor del trabajo de titulación: **“Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar anexos transaccionales por medio de un portal web en la ciudad de Guayaquil”** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **14 de septiembre** del **2017**

f. _____

Nombre: **Layana Duarte, Denisse Andrea**

C.C: **0931129530**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta para la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar anexos transaccionales por medio de un portal web en la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Layana Duarte, Denisse Andrea		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	MGS. Loor Ávila, Beatriz Annabell		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Emprendimiento		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de septiembre del 2017	No. DE PÁGINAS:	125
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento, Tecnología, Negocios		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	TIC (Tecnología de la información y Comunicación), Contribuyentes, ATS (Anexos Transaccionales), Contador, Software, plataforma.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de titulación sugiere la creación de una empresa que brinde servicios tributarios para generar Anexos Transaccionales por medio de una plataforma web en la ciudad de Guayaquil. En sí, propone que la plataforma ayude al contribuyente a integrar y preparar la información para generar los anexos, declaraciones de forma más rápida y segura, ya que tiene como fin reducir errores y tiempo. Además de guardar y respaldar los datos en una nube para así brindarles la confianza necesaria. Para la misma se ha elaborado un completo y exhaustivo estudio de todas las características de los clientes, del producto, conocer la posible demanda, búsqueda de los mejores proveedores para brindar un servicio de calidad, cuánto se requiere para invertir, cómo se va a financiar, si la propuesta es tanto rentable como viable, todos estos datos fueron proyectados a cinco años.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-958990146	E-mail: andrea_layana04@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Lcda. Loor Ávila, Beatriz Annabell, Mgs		
	Teléfono: +593 – 994135879		
	E-mail: beatriz.loor@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			