



“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN
CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE
IBARRA COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JJG & ASOCIADOS”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA C.P.A**

AUTORES: Mariela Yasmin Guerrero Jácome

Anabel Milena Montalvo Montalvo

DIRECTOR: Ing. Com. Msc. Vásquez Reina Luis Arturo

Ibarra, Julio 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se basa en el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JJG & ASOCIADOS”. De conformidad con la Constitución de la República del Ecuador Asamblea Constituyente 2008, Art. 39.- Las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de auto sustentó, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin. Párrafo Cinco. El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. Partiendo de lo que manda la constitución hacemos énfasis en que el desarrollo del potencial del y los jóvenes se lleva a través del estudio, capacitación y experiencia que puedan adquirir durante su vida estudiantil.

En la ciudad de Ibarra, existen cuatro universidades, en su pensum de estudios del año 2016 se oferta la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, con aproximadamente 1439 estudiantes. La empresa JJG & Asociados, oferta un programa de capacitación contable y tributario para los estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría a fin de fortalecer sus conocimientos y de esta manera sean profesionales de alto rendimiento que puedan acceder a cargos importantes en su mundo profesional y dispuestos a trabajar bajo la nueva tendencia del mercado, que es la plena competencia y mejora continua.

SUMMARY

This paper is based on the "FEASIBILITY STUDY OF A ACCOUNTING AND TAX TRAINING PROGRAM FOR STUDENTS OF THE ACCOUNTING AND AUDITING SCHOOL OF THE UNIVERSITIES OF IBARRA AS AN ACADEMIC OFFER OF JJG & ASOCIADOS COMPANY". In accordance with the Constitution of the Republic of Ecuador Constituent Assembly 2008, Art. 39.- Young people and young people will have the right to be active subjects in production, as well as in the work of self-support, family care and community initiatives. Conditions and opportunities will be promoted for this purpose. Paragraph Five. The State will promote training and training to improve access and quality of employment and self-employment initiatives. Based on what the constitution says, we emphasize that the development of the potential of the young people is carried through the study, training and experience that they can acquire during their student life.

In the city of Ibarra, there are four universities, in its pensum of studies of the year 2016 offered the race of Engineering in Accounting and Auditing, with approximately 1439 students. The company JJG & Associates, offers a program of accounting and tax training for students of Accounting and Auditing career in order to strengthen their knowledge and in this way are high-performance professionals who can access important positions in their professional world and Willing to work under the new market trend, which is full competition and continuous improvement.

DECLARACIÓN

Nosotras Mariela Yasmin Guerrero Jácome portador de la cedula de identidad número 172445624-7 y Anabel Milena Montalvo Montalvo portador de la cédula 100388572-8 declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría , “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA. COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JIG & ASOCIADOS”. Que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional que se han respetado las diferentes fuentes y referencias.

En la ciudad de Ibarra, el primer día del mes de Octubre del 2016.



Mariela Yasmin Guerrero Jácome

C.C 172445624-7



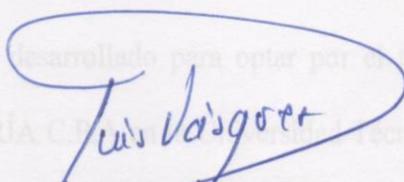
Anabel Milena Montalvo Montalvo

C.C 100388572-8

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las Egresadas de la Carrera Contabilidad y Auditoría: Guerrero Jácome Mariela Yasmin y Montalvo Montalvo Anabel Milena, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA. COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JJG & ASOCIADOS”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, al primer día del mes de Octubre del 2016.



ING LUIS VÁSQUEZ
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO
C.I. 1001454105



“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA “UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”

Nosotras Guerrero Jácome Mariela Yasmin portadora de la cedula de ciudadanía N° 172445624-7, y Montalvo Montalvo Anabel Milena portadora de la cédula de ciudadanía N° 100388572-8 manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador , artículos 4,5 y 6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA. COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JJG & ASOCIADOS”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que realice la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre:

Mariela Yasmin Guerrero Jácome

C.C 172445624-7

Anabel Milena Montalvo Montalvo

C.C 100388572-8



AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión universitaria.

Por medio del presente documento se dejó sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

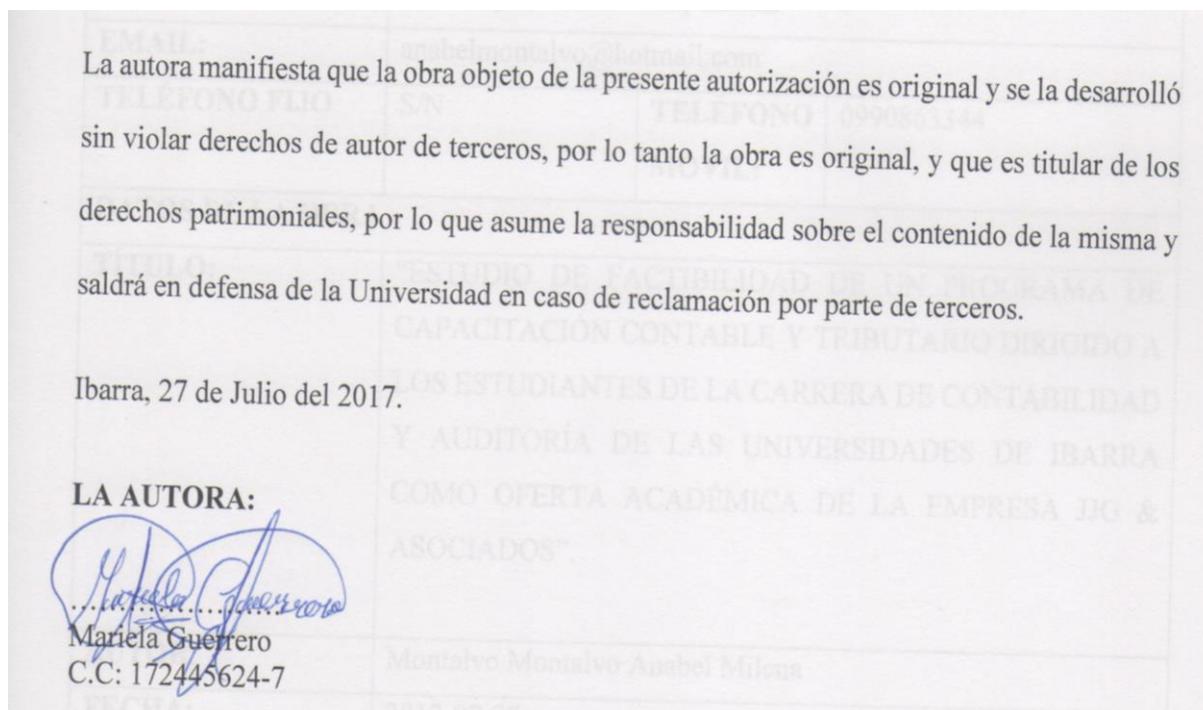
| DATOS DE CONTACTO | | | |
|------------------------------|---|------------------------|------------|
| CÉDULA DE CIUDADANIA: | 172445624-7 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Guerrero Jácome Mariela Yasmin | | |
| DIRECCIÓN: | Ibarra, Barrio las Orquídeas ,calle 5 de Junio s/n | | |
| EMAIL: | mary_ekuguerrero@hotmail.com | | |
| TELÉFONO FIJO | 062551204 | TELÉFONO MOVIL: | 0991229310 |
| DATOS DE LA OBRA | | | |
| TÍTULO: | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JJG & ASOCIADOS”. | | |
| AUTOR: | Guerrero Jácome Mariela Yasmín | | |
| FECHA: | 2017-07-27 | | |

| | |
|------------------------------------|--|
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | PREGRADO viii |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A |
| AESOR/DIRECTOR: | Ing. Com. Msc. VÁSQUEZ REINA LUIS ARTURO |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Guerrero Jácome Mariela Yasmín, con cédula de ciudadanía N° 172445624-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo del formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS





AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión universitaria.

Por medio del presente documento se dejó sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|------------------------------|---|---------------------------------|------------|
| CÉDULA DE CIUDADANIA: | DE | 1003885728 | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Y | Montalvo Montalvo Anabel Milena | |
| DIRECCIÓN: | San Roque, Barrio la Esperanza. | | |
| EMAIL: | anabelmontalvo@hotmail.com | | |
| TELÉFONO FIJO | S/N | TELÉFONO MOVIL: | 0990863344 |
| DATOS DE LA OBRA | | | |
| TÍTULO: | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JJG & ASOCIADOS”. | | |
| AUTOR: | Montalvo Montalvo Anabel Milena | | |
| FECHA: | 2017-07-27 | | |

| | |
|------------------------------------|---|
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | PREGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A |
| AESOR/DIRECTOR: | Ing. Com. Msc. VÁSQUEZ REINA LUIS ARTURO |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

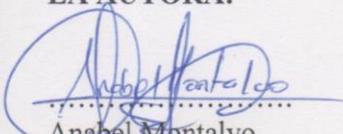
Yo, Montalvo Montalvo Anabel Milena, con cédula de ciudadanía N° 100388572-8, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo del formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 27 de julio del 2017.

LA AUTORA:


 Anabel Montalvo
 C.C: 100388572-8

Autora: Anabel Montalvo

DEDICATORIA

Está presente tesis la dedico principalmente a mi esposo Esteban Jácome porque ha sido el que siempre ha estado a mi lado apoyándome incondicionalmente, por su cariño y comprensión que ha sabido demostrarme.

A mi madre Miriam Guerrero que con paciencia y amor me ha acompañado y ayudado siempre, a mis abuelitos por el amor que siempre me han sabido demostrar y por su apoyo que nunca me ha faltado.

A mis hijas que son la fuente de motivación y las ganas para seguir superándome en el trayecto de mi vida y a mis hermanos que siempre me han acompañado en todo momento.

Autora: Mariela Guerrero

La presente tesis se la dedico a Dios, por saber guiar día a día en mi camino estudiantil, por darme la fuerza que se necesita para enfrentar cada problema, enseñándome hacer fuerte y valiente para salir delante ante cada una de las adversidades que se presentaban.

A mi mamá, a mi papá, a mis hermanos, a toda mi familia, a mis amigos y amigas en general quienes de una u otra manera me han brindado su apoyo incondicional y me han fortalecido para seguir adelante y llegar a la meta propuesta.

Autora: Anabel Montalvo

AGRADECIMIENTOS

A cada uno de los maestros y maestras que han formado parte de mi vida profesional, que con su don de enseñanza han forjado en mí una persona con conocimientos más específicos para apuntar a mi vida profesional.

Agradezco a toda mi familia y a cada uno de las personas que han expresado hacia mí un verdadero amor, cariño y respeto.

Autora: Mariela Guerrero

Primeramente, quiero agradecer a la UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE por darme la oportunidad de formar parte de esta casona universitaria y de esta manera ser una profesional.

A mis profesores quienes con su esfuerzo, dedicación, paciencia y motivación me han brindado sus conocimientos y han aportado con un granito de arena para estar en este momento y ser una profesional.

Y agradecer a todos aquellos que estuvieron conmigo en cada uno de los momentos difíciles que se me presentaban y me brindaban su apoyo moral.

Autora: Anabel Montalvo

PRESENTACIÓN

El presente trabajo tiene como fin realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JIG & ASOCIADOS”. El estudio está estructurado de acuerdo a los requerimientos dispuestos por la Universidad Técnica del Norte y de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. De acuerdo al cual se sigue un esquema de siete capítulos que se detallan a continuación:

CAPÍTULO I: El diagnóstico situacional inicialmente determinará la situacional actual de los estudiantes de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de las universidades de Ibarra, Provincia de Imbabura, en el ámbito contable y tributario, a través de la investigación, estadística e formación del tema, apoyándose en técnicas de investigación y recolección de información como encuestas entrevista y matriz FODA .

CAPÍTULO II: Posteriormente el marco teórico obtendrá y estudiará la base teórica, leyes, normativas, reglamentos y resoluciones vigentes relacionadas al tema de estudio, por medio de la búsqueda y recolección de información en bibliotecas y páginas de interés.

CAPÍTULO III: A continuación se presentará una investigación de mercado, mediante el análisis técnico de las variables plaza, precio, producto, promoción, oferta y demanda, apoyados en las técnicas de recolección de información y análisis estadístico de resultados.

CAPÍTULO IV: A continuación el estudio técnico se utilizará técnicas de investigación que describan la ingeniería del proyecto, flujo gramas, procesos y valor de inversión necesaria para poner en marcha el proyecto de capacitación.

CAPÍTULO V: Posteriormente el estudio financiero usará indicadores financieros como Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Beneficio Costo, con la finalidad de evidenciar la factibilidad del proyecto de capacitación.

CAPÍTULO VI: A continuación en el estudio organizacional se redactará el organigrama estructural donde se detallen funciones y personal requerido en el proyecto de capacitación con el objetivo de definir una estructura sólida.

CAPÍTULO VII: Por último se determinará y analizará los posibles impactos que el proyecto genere, en el ámbito socio-económico, empresarial, educativo-cultural y ético apoyándose en la investigación técnica.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 2 |
| SUMMARY | 3 |
| DECLARACIÓN | 4 |
| CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR | 5 |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA "UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE" | 6 |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | 6 |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | 9 |
| DEDICATORIA | 10 |
| AGRADECIMIENTOS | 12 |
| PRESENTACIÓN | 13 |
| ÍNDICE GENERAL | 15 |
| INDICE DE TABLAS | 20 |
| INTRODUCCIÓN | 24 |
| OBJETIVOS | 25 |
| Objetivo General | 25 |
| Objetivos Específicos | 25 |
| JUSTIFICACIÓN | 27 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 28 |
| Tipos de Investigación | 28 |
| CAPÍTULO I | 31 |
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 31 |
| Antecedentes | 31 |
| Objetivos | 33 |
| Objetivo general | 33 |
| Objetivos específicos | 33 |
| Variables diagnósticas | 33 |
| Indicadores que definen a las variables | 33 |
| matriz relación diagnostica | 35 |
| Identificación de la población | 36 |

| | |
|--|----|
| Cálculo de la muestra..... | 36 |
| Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)..... | 45 |
| CAPÍTULO II..... | 49 |
| MARCO TEÓRICO..... | 49 |
| Empresa..... | 49 |
| Estudio de factibilidad | 49 |
| Economía | 49 |
| Diseño de Estudio | 50 |
| Proyecto de Inversión. | 50 |
| Derecho Tributario..... | 50 |
| Tributo..... | 51 |
| Clasificación de tributos | 51 |
| ¿Qué es el RISE? | 52 |
| Registro Único de Contribuyentes | 52 |
| Impuesto a la renta..... | 53 |
| Impuesto al Valor Agregado..... | 53 |
| Retenciones | 54 |
| Tipos de contribuyentes | 55 |
| Contabilidad..... | 57 |
| Finanzas | 57 |
| Administración..... | 57 |
| Servicio | 57 |
| Diagnóstico | 58 |
| Marco Teórico..... | 58 |
| Estudio de mercado..... | 58 |
| Estudio Técnico | 59 |
| Estudio Económico y Financiero | 59 |
| Estudio Organizacional..... | 59 |
| Estudio de Impactos..... | 60 |
| Demanda | 60 |
| Oferta.. | 60 |
| Mercado | 61 |
| Precio.. | 61 |
| Canales de Distribución | 61 |

| | |
|---|----|
| Gastos Administrativos | 62 |
| Gastos Financieros | 62 |
| Gastos de Venta | 62 |
| Costos..... | 62 |
| Métodos de evaluación de proyectos de inversión | 63 |
| CAPÍTULO III..... | 66 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 66 |
| Introducción al estudio de mercado | 66 |
| Objetivos del estudio de mercado | 66 |
| Identificación del servicio..... | 67 |
| Descripción del perfil del cliente | 69 |
| Segmentación de mercado | 70 |
| Análisis de la demanda de mercado..... | 72 |
| Mercado objetivo | 72 |
| Conclusión de los resultados..... | 74 |
| Demanda actual..... | 75 |
| Demanda potencial proyectada | 79 |
| Análisis de la oferta | 82 |
| Precio del servicio..... | 82 |
| Análisis de la comercialización del servicio | 84 |
| Análisis Estudio de Mercado | 84 |
| CAPÍTULO IV..... | 86 |
| ESTUDIO TÉCNICO | 86 |
| Introducción | 86 |
| Objetivos | 86 |
| Tamaño del proyecto..... | 86 |
| Localización del proyecto | 87 |
| Macro localización..... | 87 |
| Micro localización | 88 |
| Ingeniería del proyecto | 90 |
| Requisitos del local | 90 |
| Diagrama de proceso..... | 91 |
| Actividades del diagrama de proceso | 91 |
| Requerimiento de instalaciones | 92 |

| | |
|---|------------|
| Requerimiento técnico del programa | 93 |
| Estructura financiera de la inversión..... | 96 |
| Inversión fija | 96 |
| Capital de trabajo | 97 |
| Estructura de la inversión..... | 97 |
| CAPÍTULO V..... | 99 |
| ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO | 99 |
| Cantidad de ventas | 99 |
| Precio de venta..... | 99 |
| Ingresos proyectados Anual..... | 100 |
| Egresos proyectados..... | 100 |
| Gastos por Honorarios | 101 |
| Gastos Varios | 101 |
| Gastos totales de operación..... | 102 |
| Gastos financieros | 102 |
| Estados Financieros proyectados | 104 |
| Estado de Situación Financiera (Inicial) | 104 |
| Estado de Resultados proyectado..... | 104 |
| Flujo de caja proyectado | 105 |
| Evaluación económica y financiera | 106 |
| Tasa referencial para la inversión | 106 |
| Cálculo del VALOR ACTUAL NETO..... | 107 |
| Cálculo de la TASA INTERNA DE RETORNO | 107 |
| Periodo de recuperación de la inversión (PRI) | 108 |
| Relación beneficio costo | 108 |
| Punto de equilibrio..... | 109 |
| Análisis Estudio Económico y Financiero | 111 |
| CAPÍTULO VI..... | 113 |
| ESTUDIO ORGANIZACIONAL | 113 |
| Estructura organizacional del proyecto..... | 113 |
| Propuesta administrativa..... | 113 |
| Organización y funcionalidad | 119 |
| Análisis Estudio Organizacional..... | 126 |
| CAPÍTULO VII | 127 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| ESTUDIO DE IMPACTOS | 127 |
| Impacto socio-económico | 127 |
| Impacto educativo-cultural | 128 |
| Impacto ético..... | 129 |
| Impacto total | 129 |
| Análisis Estudio de Impactos..... | 129 |
| CONCLUSIONES | 131 |
| RECOMENDACIONES..... | 133 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla N° 1 Matriz relación diagnóstica | 35 |
| Tabla N° 2 Población Universitaria | 36 |
| Tabla N° 3 Existencia de centros de capacitación | 38 |
| Tabla N° 4 Centros de Capacitación..... | 39 |
| Tabla N° 5 Participación en capacitaciones 2015-2016 | 40 |
| Tabla N° 6 Motivos de no capacitarse | 41 |
| Tabla N° 7 Calificación a centros de capacitación | 42 |
| Tabla N° 8 Calificación a los facilitadores | 43 |
| Tabla N° 9 Persuasión respecto a la capacitación..... | 44 |
| Tabla N° 10 Matriz FODA | 45 |
| Tabla N° 11 Matriz FODA Factores Internos y Externos | 46 |
| Tabla N° 12 Fechas de presentación de obligaciones..... | 53 |
| Tabla N° 13 Fechas de presentación de obligaciones..... | 54 |
| Tabla N° 14 Formato de registro de ventas y compras..... | 55 |
| Tabla N° 15 Interés en temas de capacitación | 69 |
| Tabla N° 16 Temas Tributarios de interés | 70 |
| Tabla N° 17 Temas Contables de interés..... | 71 |
| Tabla N° 18 Motivos para capacitarse | 72 |
| Tabla N° 19 Interés para decisión de capacitarse | 73 |
| Tabla N° 20 Estudia y trabaja en el área..... | 74 |
| Tabla N° 21 Facilidad de capacitación | 75 |
| Tabla N° 22 Conocimiento de JJG & ASOCIADOS | 76 |
| Tabla N° 23 Medios de conocimiento JJG & ASOCIADOS | 77 |
| Tabla N° 24 Requerimiento de información..... | 78 |
| Tabla N° 25 Requerimiento de información..... | 79 |
| Tabla N° 26 Crecimiento estudiantes universitarios..... | 80 |
| Tabla N° 27 Demanda potencial proyectada | 81 |
| Tabla N° 28 Demanda potencial proyectada según características de capacitación..... | 82 |
| Tabla N° 29 Valor Hora..... | 83 |
| Tabla N° 30 Proyección de precios por hora de trabajo | 84 |
| Tabla N° 31 Factores macro localización | 88 |
| Tabla N° 32 Factores micro localización..... | 89 |

| | |
|--|-----|
| Tabla N° 33 Proceso de atención al cliente | 92 |
| Tabla N° 34 Proceso de atención al cliente | 92 |
| Tabla N° 35 Requerimiento de recursos humanos..... | 94 |
| Tabla N° 36 Requerimiento muebles y materiales | 95 |
| Tabla N° 37 Requerimiento otros | 95 |
| Tabla N° 38 Inversión fija activos | 96 |
| Tabla N° 39 Inversión fija costos y gastos..... | 96 |
| Tabla N° 40 Capital de trabajo | 97 |
| Tabla N° 41 Estructura de la inversión | 97 |
| Tabla N° 42 Ventas en Unidades | 99 |
| Tabla N° 43 Cálculo del precio de ventas por participante. | 99 |
| Tabla N° 44 Ingresos proyectados | 100 |
| Tabla N° 45 Gastos Honorarios por años | 101 |
| Tabla N° 46 Gastos varios | 102 |
| Tabla N° 47 Gastos totales de operación | 102 |
| Tabla N° 48 Tabla de amortización | 103 |
| Tabla N° 49 Estados Financiero inicial | 104 |
| Tabla N° 50 Estado de resultados proyectado | 104 |
| Tabla N° 51 Flujo de caja proyectado | 105 |
| Tabla N° 52 Cálculo del TIR | 108 |
| Tabla N° 53 Cálculo del PRI flujos anuales | 108 |
| Tabla N° 54 Cálculo del B/C por la determinación de ingresos y gastos actualizados | 109 |
| Tabla N° 55 Costos Fijos por capacitación..... | 110 |
| Tabla N° 56 Cuantificación de la eficacia y eficiencia..... | 117 |
| Tabla N° 57 Determinación de actividades a realiza | 117 |
| Tabla N° 58 Simbología | 124 |
| Tabla N° 59 Funciones e identificación de puestos | 125 |
| Tabla N° 60 Funciones e identificación de puestos | 125 |
| Tabla N° 61 Funciones e identificación de puestos | 125 |
| Tabla N° 62 Calificación de impactos | 127 |
| Tabla N° 63 Impacto socio-económico | 127 |
| Tabla N° 64 Impacto educativo-cultural..... | 128 |
| Tabla N° 65 Impacto ético | 129 |
| Tabla N° 66 Impacto total..... | 129 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico N° 1 Existencia de centros de capacitación | 38 |
| Gráfico N° 2 Centros de capacitación..... | 39 |
| Gráfico N° 3 Relación con el profesional | 40 |
| Gráfico N° 4 Motivos de no capacitarse | 41 |
| Gráfico N° 5 Calificación a centros de capacitación | 42 |
| Gráfico N° 6 Calificación a los facilitadores | 43 |
| Gráfico N° 7 Persuasión respecto a la capacitación..... | 44 |
| Gráfico N° 8 Interés en temas de capacitación | 69 |
| Gráfico N° 9 Temas Tributarios de interés | 70 |
| Gráfico N° 10 Temas Contables de interés | 71 |
| Gráfico N° 11 Motivos para capacitarse | 72 |
| Gráfico N° 12 Interés para decisión de capacitarse | 73 |
| Gráfico N° 13 Estudia y trabaja en el área..... | 74 |
| Gráfico N° 14 Facilidad de capacitación | 75 |
| Gráfico N° 15 Conocimiento de JJG & ASOCIADOS | 76 |
| Gráfico N° 16 Medios de conocimiento JJG & ASOCIADOS | 77 |
| Gráfico N° 17 Requerimiento de información..... | 78 |
| Gráfico N° 18 Requerimiento de información..... | 79 |
| Gráfico N° 19 Crecimiento estudiantes universitarios | 80 |
| Gráfico N° 20 Demanda potencial proyectada | 81 |
| Gráfico N° 21 Valor Hora..... | 83 |
| Gráfico N° 22 Macro localización | 87 |
| Gráfico N° 23 Proceso de atención al cliente | 91 |
| Gráfico N° 24 Estructura física..... | 93 |
| Gráfico N° 25 Estructura de la inversión | 97 |
| Gráfico N° 26 Publicidad..... | 113 |
| Gráfico N° 27 Organigrama estructural..... | 119 |

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

| | |
|---|----|
| Fotografía N° 1 Logo JJG & ASOCIADOS | 32 |
| Fotografía N° 2 Servicios de JJG & ASOCIADOS..... | 68 |
| Fotografía N° 3 Micro localización | 90 |

INTRODUCCIÓN

La empresa JJG & Asociados fue constituida en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, durante el año 2015, actualmente cuenta con tres accionistas y dos empleados quienes tomaron la decisión de crear la empresa al ver la necesidad de brindar un servicio profesional con un mayor valor agregado hacia sus posibles clientes. Cabe mencionar que brindar un servicio adecuado y oportuno orientado hacia las necesidades de su mercado hace posible ver nuevas fuentes de ingreso, por lo que han decidido apoyar la realización de un estudio que permita conocer cuál será la acogida de los futuros profesionales a un programa de capacitación, y así dar apoyo a la calidad profesional y por ende a potenciar la empresa e incrementar sus ingresos.

Durante el año 2016 se evidenció la aprobación y el surgimiento de varias resoluciones y leyes que modificaron la forma como venían trabajando varias empresas. Se agudizó el control fiscal, y contable, esto hizo que varios contadores del país tengan que realizar varias actualizaciones generando la necesidad de capacitarse y de esta manera cumplir con los requerimientos fiscales.

Entre las obligaciones de los futuros profesionales está estudiar, capacitarse y actualizarse permanentemente, además mencionar que el desconocimiento en la vida profesional no le exime de las sanciones que puedan darse, la probabilidad de cometer errores se reduce si una persona toma la decisión de mejorar su conocimiento a la vez que incrementa la competitividad y la oportunidad de tener una plaza de trabajo e incrementar sus ingresos.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad de un programa de capacitación Contable y Tributario dirigido a los estudiantes de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de las Universidades de la ciudad de Ibarra, como oferta académica de la empresa JJG & Asociados.

Objetivos Específicos

Elaborar el análisis situacional de los estudiantes de las Universidades de Ibarra de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, en el ámbito de conocimiento contable y tributario, a través de la investigación y recolección de información, para determinar la situación presente de los estudiantes.

Investigar bases teóricas, relacionadas a la contabilidad y tributación, mediante la recopilación y búsqueda de información, con el propósito de tener conocimientos relevantes del tema.

Ejecutar un estudio de mercado, mediante análisis técnico de las variables plaza, precio, producto, promoción, oferta y demanda para establecer nuestro segmento de mercado y potenciales clientes.

Efectuar un estudio técnico, mediante el análisis de los componentes requeridos por el proyecto, con el propósito de identificar la estructura técnica.

Desarrollar el estudio económico y financiero del proyecto, mediante el uso de herramientas e índices financieros, con la finalidad de evidenciar la factibilidad del proyecto.

Realizar una propuesta organizacional empresarial que sea adecuada y de acuerdo a la estructura de la misma.

Determinar los posibles impactos que el proyecto genere, en el ámbito socioeconómico, educativo, cultural y ético mediante una investigación técnica y prospectiva.

JUSTIFICACIÓN

La capacitación es un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas adquirimos conocimientos específicos y relativos al trabajo e incrementa el desarrollo de las actividades de un profesional dentro de su vida laboral. Partiendo de este punto de vista, se considera a la capacitación como un método importante para mejorar el desempeño y fomentar el desarrollo profesional, además es de vital importancia porque contribuye a satisfacer sus propias necesidades mediante técnicas y métodos nuevos que ayudan a aumentar sus competencias, para desempeñar con éxito en su puesto profesional, permitiendo a su vez a los empleadores lograr su metas.

Es necesario que para el público exista dentro de su vida profesional una materia que evalúe, analice y dé a conocer las implicaciones de cada una de las reformar tributarias y contables que se dé, esto con el fin de que los profesionales puedan vincularse de manera adecuada y eficientemente al campo laboral.

En base a lo mencionado se considera oportuno realizar un estudio de factibilidad del programa de capacitación contable y tributario dirigido a los estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría de las Universidades de la ciudad de Ibarra y en un futuro al público en general que pueden estar vinculándose de alguna manera en materia contable y tributaria

En aplicación a lo descrito se espera que sean profesionales competentes y de valores éticos mismo que podrán demostrarlo en sus lugares de trabajo en donde se desempeñarán como profesionales con alto conocimiento sobre la materia.

Este programa se dirigirá directamente al público que necesita relacionarse con el ambiente contable y tributario, además de ello con este programa se logrará que como profesionales

puedan prestar sus servicios de la mejor manera y con ello beneficiarían a las empresas las cuales contraten sus servicios.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio se llevó a cabo utilizando varios tipos de investigación que ayudaron a identificar y describir de una mejor manera lo observado.

Tipos de Investigación

Según su estrategia

Exploratoria

Se busca información que ayude a tener un mayor conocimiento del tema ya que no existen mayores fuentes que permita comparar con otros casos y es una de las primeras referencias que existirá para nuevos estudios.

Descriptiva

Describe los hechos y la realidad conforme se vaya presentando con el objetivo de tener razonabilidad en la información.

Según la naturaleza de los datos

Cuantitativo

La investigación cuantitativa se basa en técnicas más estructuradas, ya que busca la medición y presentación de los resultados a través de la estadística y con ello el análisis de la información.

Cualitativo.

Lograr una descripción del problema dando una variedad de características cualitativas que permitan medir analizar la información.

Técnicas

Encuesta

La técnica de la encuesta permitirá realizar el trabajo de campo por medio de la recolección de datos que podrán ser evaluados y analizados. La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

Entrevista

La entrevista permitirá recabar información de manera directa y generará valor al análisis que planteamos obtener.

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.

Observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Dentro del desarrollo del programa de factibilidad se utilizaran la metodología de nivel, tipo y técnica con el cual se describe la finalidad para la cual esta direccionada el presente programa es así que se utilizara el tipo cuantitativo y cualitativo el cual describe la forma en cómo vamos a tabular los datos de acuerdo a la cantidad y tipo de respuesta.

La observación permitirá analizar y obtener mayor información acerca del ámbito de estudiantil

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

1.1.1 Aspectos históricos

Ibarra, llamada hasta la independencia Villa Real y Muy Leal de San Miguel de Ibarra, es una ciudad ubicada en la Región Sierra Norte del Ecuador, es la capital de la Provincia de Imbabura y la I Región Norte, conformada por las provincias de Imbabura, Esmeraldas, Carchi y Sucumbíos.

La ciudad es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona. Es el principal núcleo vial del norte del Ecuador, pues sus conexiones giran y desvían hacia los cuatro principales ejes, comunicando por el Sur hacia Quito, por el oeste hacia la costa pacífica ecuatoriana, por el norte hacia la frontera con Colombia y por el oeste hacia la Región Oriental Amazonía.

Fue fundada por primera vez por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606, por orden de Miguel de Ibarra y Mallea.

Ciudad que en la actualidad según INEC 2010 cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de los cuales 87.786 son población masculina y 93.389 es población femenina.

El 01 de Octubre del 2015 el Ing. Esteban Leonel Jácome Chicaiza, el Sr Jonathan Fabricio Jácome Chicaiza y el Sr Patricio Jácome Landeta, deciden constituir la empresa JYG & ASOCIADOS, basados en atender las necesidades de Asesoría Contable, Tributario, Laboral

y Financiero del mercado Ibarreño. De ahí establecen sus oficinas en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura Av. Camilo Ponce y Luis Jaramillo.

Actualmente cuentan con una cartera de clientes en Ibarra y Quito, trabajan de la mano de la firma RCG Contadores.

Por lo que sus alianzas se extienden con el objetivo de satisfacer las necesidades de cada uno sus clientes y con el fin de abarcar mayor mercado en aplicación a las normativas vigentes.



Fotografía 1 Logo JJG & ASOCIADOS

1.1.2. Demografía

Existen cuatro universidades en la ciudad de Ibarra que ofertan la Carrera de Contabilidad y Auditoría entre estas están; Universidad Técnica del Norte, Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra, Universidad Técnica Particular de Loja y Universidad Autónoma de los Andes y la población de estudiantes matriculados durante el período 2016-2017 desde el primer al décimo semestre son 1430.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar el análisis situacional de los estudiantes de las Universidades de Ibarra de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, en el ámbito de conocimiento contable y tributario, a través de la investigación y recolección de información, para determinar la situación presente de los estudiantes.

1.2.2. Objetivos específicos

* Identificar si la ciudad de Ibarra cuenta con centros de capacitación en temas contables y tributarios dirigidos hacia los estudiantes.

* Determinar la competencia y el nivel de satisfacción de los estudiantes frente a estos centros de capacitación.

* Analizar los principales motivos que los estudiantes tienen para no capacitarse

1.3. Variables diagnósticas

Con el objetivo de facilitar el estudio y mejorar el entendimiento a lectores se ha determinado diferentes aspectos que se llamaran variables. A continuación, detalladas.

1. Población estudiantil.

2. Profesionalismo.

3. Mercado.

4. Normativa.

1.4. Indicadores que definen a las variables

Existen componentes que permitirán determinar cada una de las variables, y estos toman el nombre de indicadores.

1.4.1. Variable población estudiantil.

1. Estudiantes de Contabilidad y Auditoría.
2. Profesionalismo en Contabilidad y Auditoría.

3. Estudio

- 1.4.2. Variable profesionalismo.

1. Nivel Académico

2. Experiencia

3. Capacitación

- 1.4.3 Variable Mercado

1. Población

2. Oferta

3. Preferencias en capacitación

4. Nivel de satisfacción con la oferta actual

5. Participación en el mercado.

6. Precio

- 1.4.4. Normativa legal

1. Tributario

2. Contable

1.5 Matriz relación diagnóstica

Tabla 1

Matriz relación diagnóstica

| OBJETIVOS | VARIABLES | INDICADORES | TÉCNICAS | INFORMANTES |
|--|------------------------|--|---|---|
| Determinar el número de estudiantes debidamente habilitados y registrados en las Universidades de Ibarra en la Carrera Contabilidad y Auditoría. | Población estudiantil. | Número de estudiantes de Contabilidad y Auditoría. Número de profesionales en Contabilidad y Auditoría. | Investigación | Universidades de Ibarra |
| Identificar cual es el nivel de profesionalismo en los estudiantes | Profesionalismo. | Experiencia adquiridas Bases teóricas y prácticas demostradas. | Investigación Encuesta Entrevistas | Posibles clientes Competencia |
| Identificar la situación del mercado meta. | Mercado | Oferta Demanda Precio | Investigación Encuesta Entrevista | Posibles clientes Competencia Universidades |
| Identificar la Normativa Legal Contable y Tributaria. | Normativa Legal | Contable Tributario | Investigación | SRI, MINFIN, NIIF, CGE, MDT |
| Realizar un análisis del ambiente de control interno y externo de la empresa JIG & ASOCIADOS. | FODA | Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas | Investigación | JIG & ASOCIADOS |
| Identificar si es factible o no la propuesta del programa de capacitación Contable y Tributario. | Factibilidad | Demanda Ingresos Costos y Gastos Indicadores Financieros | Investigación | Estudio y análisis de información. |

1.6 Identificación de la población

La población se encuentra definida, gracias a la investigación directa e información presentada y revelada por las Instituciones de Educación Superior de la ciudad de Ibarra que ofertan la Carrera de Contabilidad y Auditoría.

Tabla 2
Población Universitaria

| | UNIVERSIDAD | Población Estudiantes | PORCENTAJE |
|--------|--------------------|-----------------------|------------|
| IBARRA | TÉCNICA DEL NORTE | 802 | 56,08% |
| | CATÓLICA | 450 | 31,47% |
| | PARTICULAR DE LOJA | 60 | 4,20% |
| | UNIANDES | 118 | 8,25% |
| | Total | 1.430 | 100,00% |

1.7 Cálculo de la muestra

El número de estudiantes de la Carrera Contabilidad y Auditoría son 1430 siendo la población total de los cuatro establecimientos de educación superior. Para determinar la muestra se aplicó la fórmula de muestreo finito cuya fórmula es la siguiente:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población => 253 entidades

p = Valor de éxito => 50% = 0,5

q = Valor de fracaso => 50% = 0,5

Z = Z crítico o tipificado => 1,96

c = Nivel de confianza => 95%

e = Error => 5% = 0,05

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

$$n = \frac{1430 * 0,5 * 0,5 * (1,96)^2}{(0,05)^2 * (1430 - 1) + 0,5 * 0,5 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{1373,37}{4,5329}$$

$$n = 302,98$$

$$n = 303$$

1.8. Diseño de instrumentos de investigación

1.8.1. Información primaria

Para la presente investigación se realizó:

* Encuesta dirigida a posibles participantes en los programas de capacitación de las Universidades de la Ciudad de Ibarra que ofertan la Carrera de Contabilidad y Auditoría.

1.8.2. Información secundaria.

* Bibliografía técnica de servicio, contabilidad, tributación.

* Internet

1.9. Resultados de la investigación

1.9.1 Resultados de la encuesta dirigida a los estudiantes de las Universidades de Ibarra de la Carrera Contabilidad y Auditoría.

1. ¿Conoce usted si en la ciudad de Ibarra existen centros de capacitación contable y tributaria?

Tabla 3

Existencia de centros de capacitación

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 198 | 65% |
| NO | 105 | 35% |
| Total | 303 | 100% |

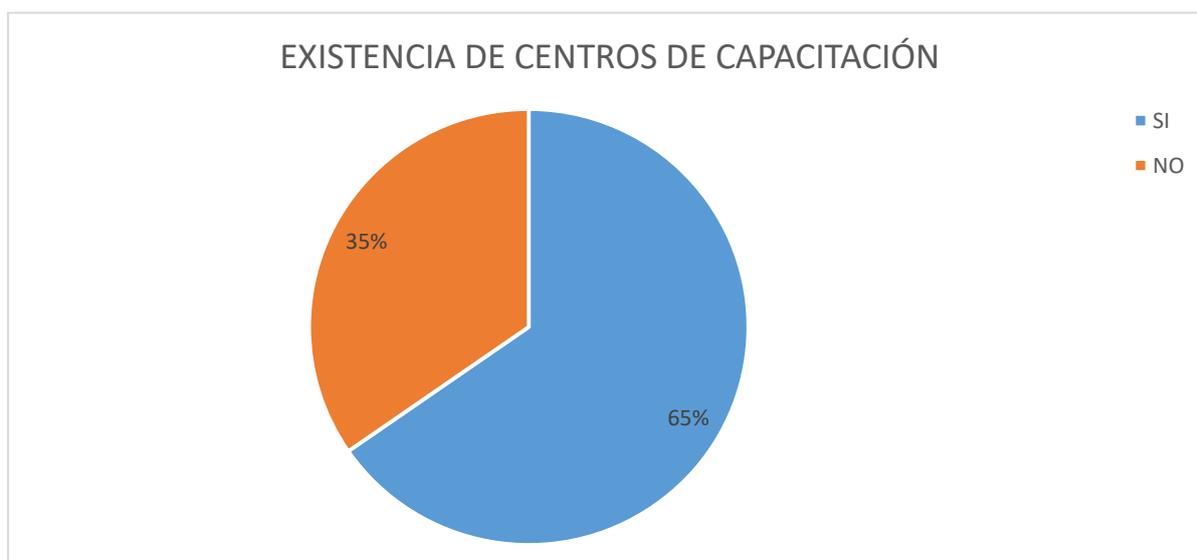


Gráfico 1. Existencia de centros de capacitación

Análisis e Interpretación

Un gran número de encuestados que representan el 65%, mencionan que tienen conocimiento de la existencia de centros de capacitación con residencia en la ciudad de Ibarra. Mientras que el 35% de los encuestados informan que no conocen ningún centro de capacitación.

2. ¿Seleccione uno de los nombres de estos centros de capacitación que usted conozca?

Tabla 4
Centros de Capacitación

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------------|------------|------------|
| COLEGIO DE CONTADORES DE PICHINCHA | 32 | 16% |
| COLEGIO DE CONTADORES DE IMBABURA | 64 | 32% |
| OTROS | 15 | 8% |
| CECAMI | 21 | 11% |
| SECAP | 57 | 29% |
| NO RECUERDO | 9 | 5% |
| Total | 198 | 100% |

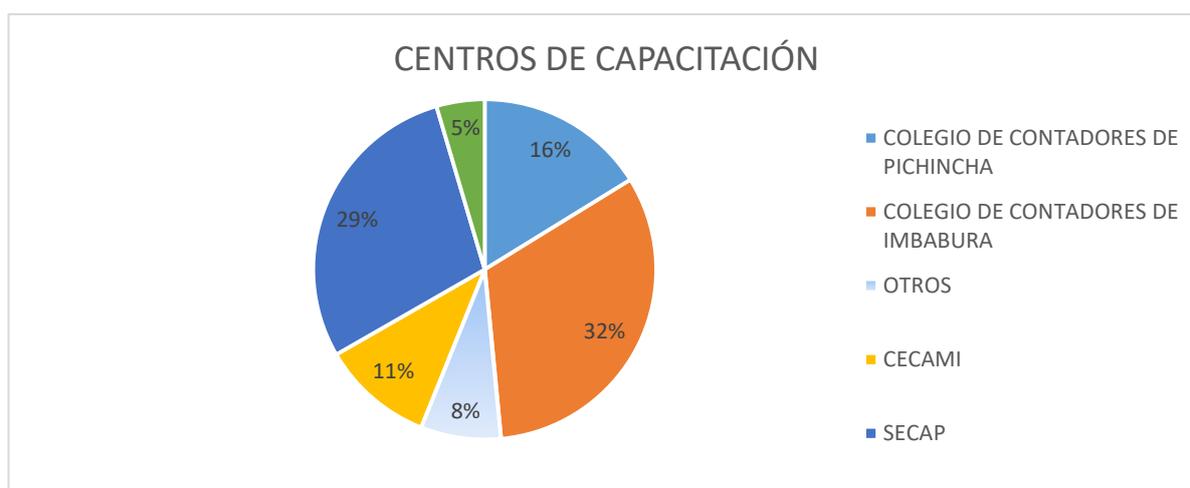


Gráfico 1. Centros de capacitación

Análisis e Interpretación

De los 198 encuestados que respondieron tener conocimiento de centros de capacitación el 32% mencionaron a el Colegio de Contadores de Imbabura y el 29% al SECAP, seguidos del 16% que mencionaron al Colegio de Contadores de Pichicha. Por tal motivo podemos determinar que estos centros de capacitación serán nuestra principal competencia en el mercado.

3. ¿Ha tomado algún tipo de capacitación en temas Contables o Tributarios durante los años 2015 y 2016, de ser su respuesta negativa seleccione un motivo de los descritos si está dentro de estos?

Tabla 5

Participación en capacitaciones 2015-2016

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 77 | 25% |
| NO | 226 | 75% |
| Total | 303 | 100% |

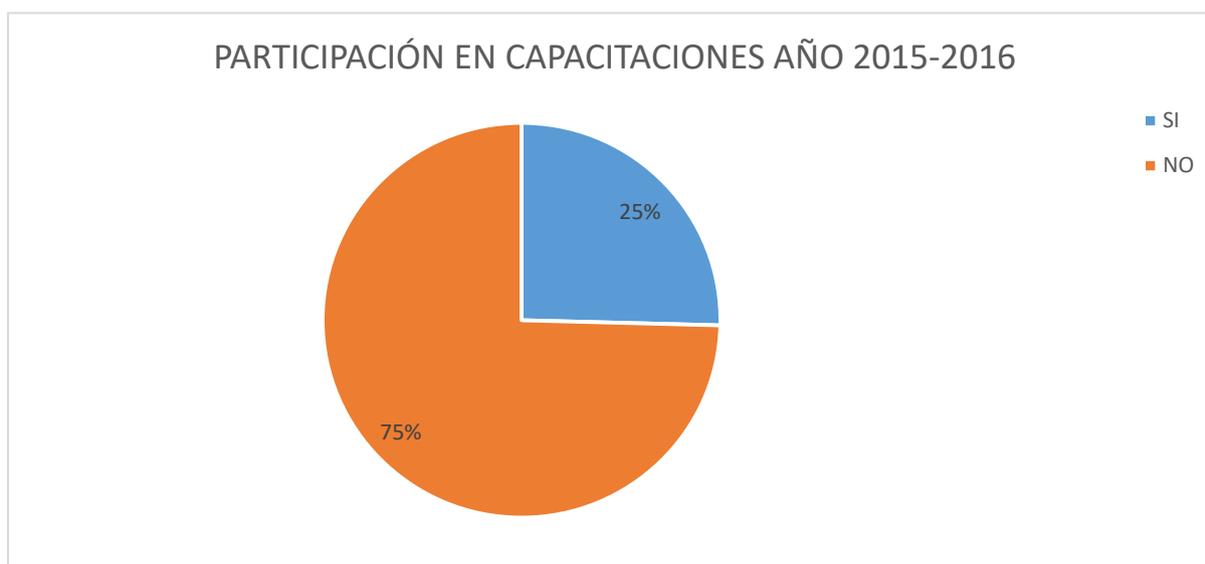


Gráfico 2. Relación con el profesional

Análisis e Interpretación

El 75% de los encuestados mencionaron que durante los años 2015 y 2016 no han recibido capacitaciones en temas Contables y Tributarios. Con este gran número de respuesta negativa podemos evidenciar que los estudiantes no están actualizando sus conocimientos.

Motivo:

Tabla 6

Motivos de no capacitarse

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| COSTO | 70 | 31% |
| HORARIO | 79 | 35% |
| OTROS | 77 | 34% |
| Total | 226 | 100% |

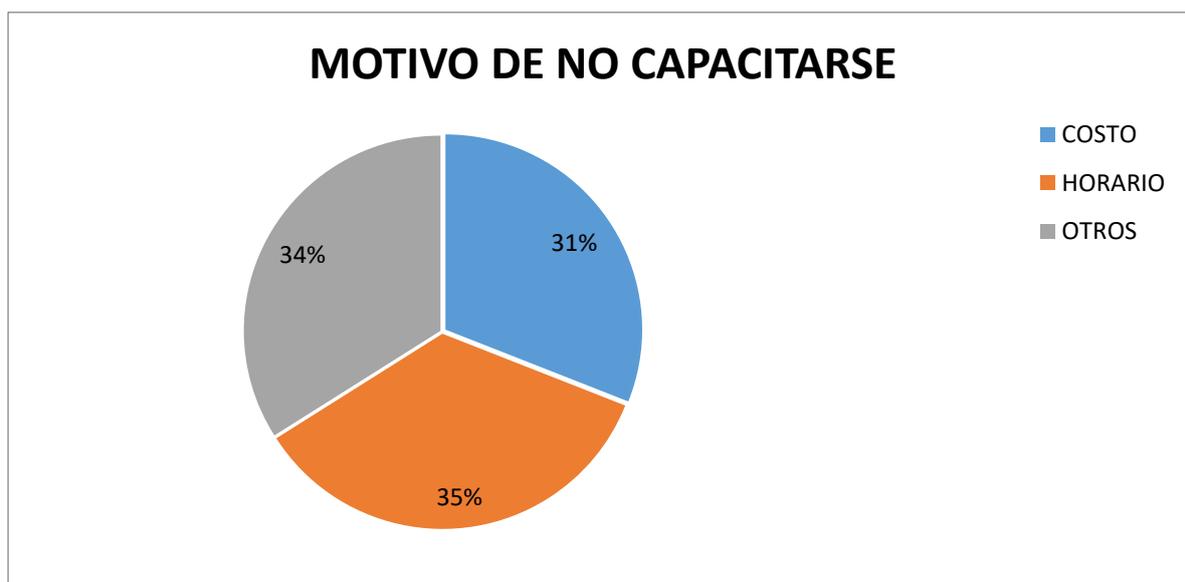


Gráfico 3. Motivos de no capacitarse

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los datos que reflejan debemos realizar un análisis del horario a los cuales pueden acceder los posibles clientes.

4.- ¿Cuál es su apreciación personal respecto a los centros de capacitación que conoce?

Tabla 7

Calificación a centros de capacitación

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| EXCELENTE | 59 | 30% |
| MUY BUENO | 78 | 39% |
| BUENO | 61 | 31% |
| Total | 198 | 100% |

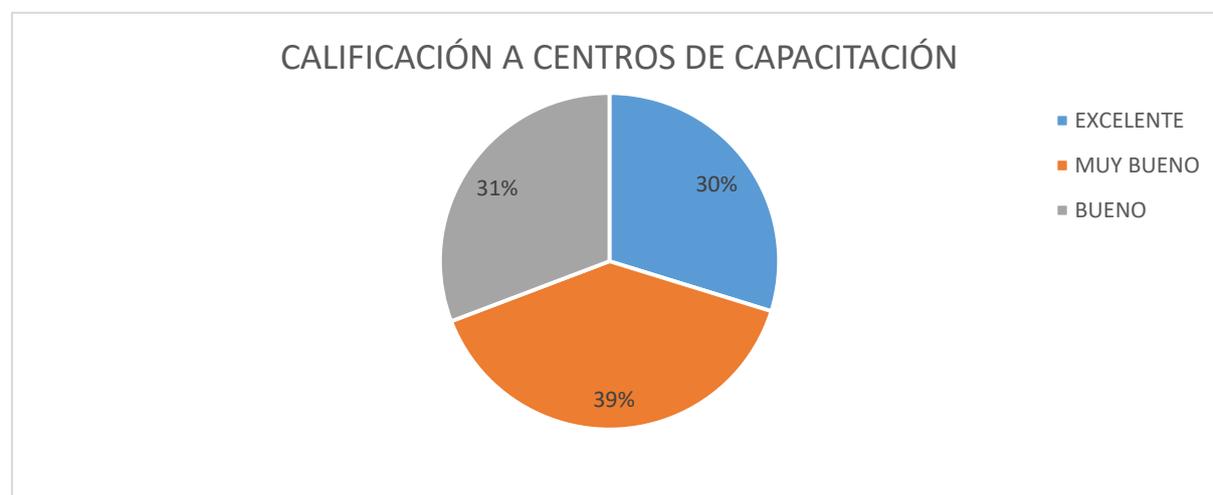


Gráfico 4. Calificación a centros de capacitación

Análisis e Interpretación

El 39% de los encuestados que indicaron que conocían de centros de capacitación mencionan que su apreciación personal de estos centros es muy bueno. El 31% que es bueno y el 30% que es excelente esto denota que no todos los centros son considerados de excelencia, lo cual indica que el centro de capacitación de la empresa JJG & Asociados debe llegar a un nivel de apreciación de excelencia que satisfaga a los clientes.

5. ¿Cuál es su apreciación personal respecto al conocimiento del tema que tienen los facilitadores de los centros que conoce?

Tabla 8
Calificación a los facilitadores

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|------------|
| DOMINAN | 72 | 36% |
| DEBEN MEJORAR | 123 | 62% |
| NO DOMINAN | 3 | 2% |
| Total | 198 | 100% |

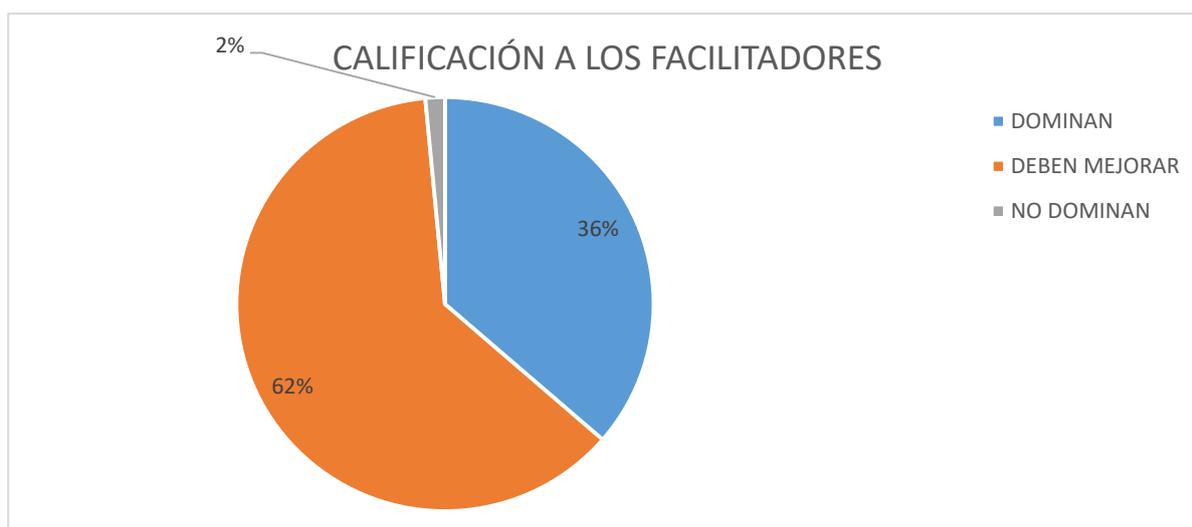


Gráfico 5. Calificación a los facilitadores

Análisis e Interpretación

El 62% de los encuestados que respondieron tener conocimiento de la existencia de centros de capacitación ubicados en Ibarra, mencionan que los facilitadores deben mejorar sus conocimientos respecto a los temas que capacitan. Esto denota que existe una gran mayoría de clientes que exige mejorar a los centros de capacitación en cuanto a facilitadores.

6. ¿Cree usted que el capacitarse aumenta su nivel profesional y por ende la posibilidad de obtener un trabajo?

Tabla 9

Persuasión respecto a la capacitación

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 303 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| Total | 303 | 100% |

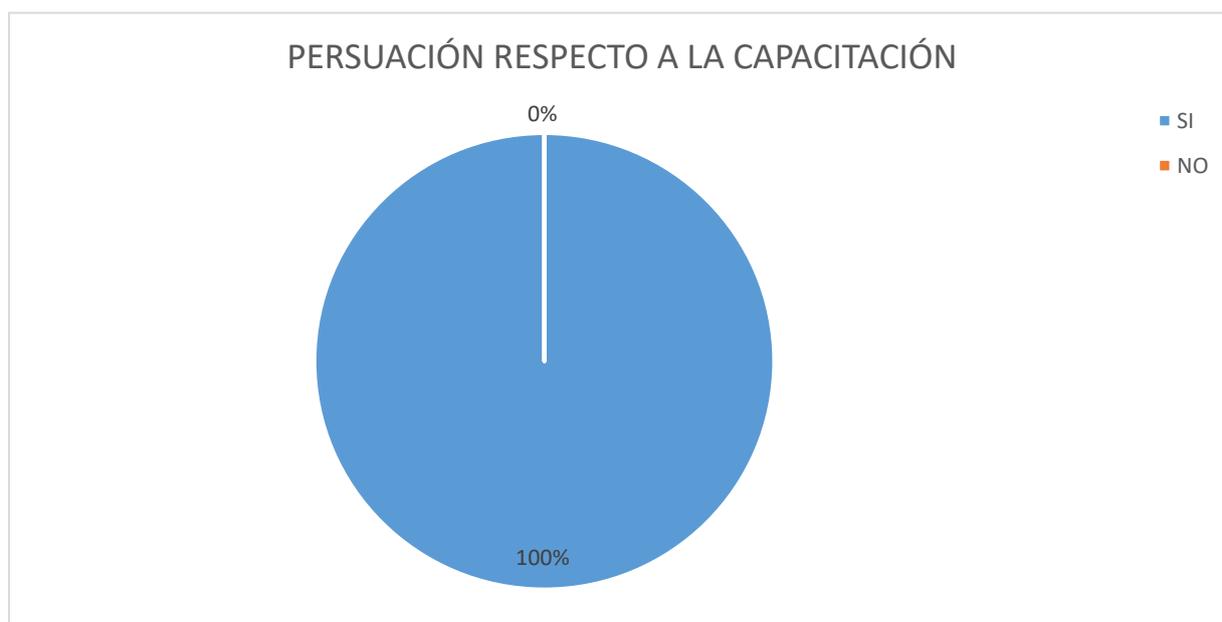


Gráfico 6. Persuasión respecto a la capacitación

Análisis e Interpretación

El 100% de los encuestados contestaron que recibir capacitación aumenta el nivel profesional y por ende la posibilidad de conseguir empleo, además de la competitividad.

1.10. Resultado del diagnóstico

1.10.1. Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

La matriz FODA nos ayudará a determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen en la actualidad y que podrían ser de apoyo o que delimitar la materialidad de la propuesta de capacitación.

Tabla 10
Matriz FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| Personal docente capacitado y con experiencia | JJG & Asociados no es conocido en el mercado meta |
| Convenios y Aliados estratégicos | Empresa nueva |
| Servicio direccionado al mercado meta | |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Mercado Insatisfecho | Competencia |
| Necesidad del mercado | Precios de mercado |
| Tendencia del mercado por ser profesional de alto nivel | Inestabilidad económica a nivel país. |
| Cambio continuo en política fiscal | |

1.11. Cruce estratégico

Tabla 11
Matriz FODA Factores Internos y Externos

| | | |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center;">Factores Externos</p> <p style="text-align: center;">Factores Internos</p> | <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>Personal capacitado</p> <p>Convenios y aliados</p> <p>Servicio direccionado al mercado meta</p> | <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>No es conocido en el mercado meta</p> <p>Empresa nueva</p> |
| <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>Mercado insatisfecho</p> <p>Necesidad del mercado</p> | <p>Aprovechar del personal capacitado y los convenios que existan y potenciarlos para tener mayor oportunidad de ingresar al mercado insatisfecho.</p> | <p>Disminuir las debilidades con un servicio adecuado y de calidad que aproveche las oportunidades que el mercado le brinde.</p> |
| <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>Competencia</p> <p>Precios del mercado</p> | <p>Enfrentar positivamente a la competencia y al precio que estos le den a sus servicios y trabajar potenciando sus profesionales y aliados o convenios.</p> | <p>No permitir que las amenazas se conviertan en debilidades y tomar las debilidades de ser una empresa no conocida como una oportunidad para brindar un mejor servicio y dejar una primera impresión que garantice que los participantes sigan asistiendo a más capacitaciones.</p> |

Aprovechar las fortalezas, darlas a conocer al mercado meta y potenciarlas para que las oportunidades que tiene en el mercado sean materializadas.

Identificar las debilidades y amenazas que pueden poner en conflicto la realización de la propuesta, elaborar un plan de seguimiento y monitoreo, aprovechar del conocimiento que pueda tener sobre estas una vez identificadas, para minimizar el riesgo de no ingresar al mercado.

1.12. Identificación de la Oportunidad de Inversión

Conforme a las respuestas y análisis de los resultados obtenidos en la pregunta #1 se evidencio que el 65% de los encuestados tienen conocimiento de la existencia de centros de capacitación en temas contables y tributarios con residencia en Ibarra .Del 65% de las respuestas afirmativas el 32% menciona que el principal centro de capacitación que es conocido en Ibarra es el Colegio de Contadores de Imbabura, seguidos por el SECAP con un 29%, y el Colegio de Contadores de Pichincha con el 16%. Determinando así que la ciudad de Ibarra si cuenta con varios centros de capacitación que serían posibles competencias al poner en marcha el programa para el cual se realiza el presente estudio.

El 75% de los encuestados en la pregunta número 3 contestaron que durante los años 2015 y 2016 no han tomado ninguna capacitación contable o tributaria y de este porcentaje el 35% no se capacitaron motivos de horario, seguidos del 34% que mencionaron tener otros motivos para no capacitarse y el 31% por motivos de costo de la capacitación. Así el resultado determina que para establecer un programa de capacitación se deben tener en cuenta estos motivos para que los posibles participantes acudan a las capacitaciones.

El 39% de los encuestados que respondieron tener conocimiento de la existencia de centros de capacitación radicados en Ibarra contestaron en la pregunta #4 que la apreciación

personal respecto a estos centros es Muy bueno, seguidos del 31% que dijeron que es Bueno y el 30% que es Excelente. Como se puede evidenciar la gran mayoría de los encuestados no califican como de excelencia a los Centros de capacitación, Además de que el 62% mencionaron que los facilitadores de estos centros deben mejorar sus conocimientos.

El 100% de los encuestados mencionan que la capacitación aumenta el nivel profesional y mejora la posibilidad de obtener un trabajo. Con estos resultados podemos evidenciar que la situación actual de los estudiantes de las Universidades de Ibarra Carrera Contabilidad y Auditoría no es la mejor ya que no todos han podido capacitarse por diversos motivos, además no todos tiene conocimiento de la existencia de Centros de Capacitación sobre temas de su interés. por tal motivo y frente a lo expuesto se ve la necesidad de realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y TRIBUTARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE LAS UNIVERSIDADES DE IBARRA COMO OFERTA ACADÉMICA DE LA EMPRESA JJG & ASOCIADOS

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Empresa

Bravo Santillan, Lambreton Torres y Maquéz Gonzáles (2010) definen: “Como una entidad económica que está constituida por recursos humanos y recursos económicos, que es necesario administrar para el logro de ciertos objetivos preestablecidos” (p.3).

La empresa es la entidad económica donde se posee recursos que son administrados para cumplir con objetivos.

2.2 Estudio de factibilidad

Flores Uribe (2010) afirma: Que el estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio de mercado, tamaño localización, ingeniería de proyecto, para lo cual se debe realizar el cálculo de las inversiones, el cálculo de los costos operacionales, los ingresos, se debe identificar claramente los medios de financiamiento, aplicar indicadores económicos, financieros, sociales y ambientales, que sustenten una correcta decisión para invertir en el proyecto. (p.18)

El estudio de factibilidad es la conducción de una investigación por medio de un proceso que precisa si la inversión a hacerse pueda definirse como apropiada o no.

2.3 Economía

Leiceaga, Carrillo y Hernández (2012) afirman: “El concepto de economía abarca toda actividad de producción y distribución de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas” (p.10).

La economía estudia la distribución de los recursos por medio de bienes o servicios hacia la satisfacción de las necesidades de las personas por el cual acepta o renuncia adquirir otro bien o servicio.

2.4 Diseño de Estudio

Flores Uribe (2010) afirma: “El diseño del estudio tiene como finalidad primordial identificar y definir el ente administrativo y gerencial responsable por la dirección del plan de negocio” (p.23).

El diseño de estudio comprende el desarrollo de un plan de negocios mediante la identificación de una administración adecuada.

2.5 Proyecto de Inversión.

Rivera y Hernandez (2017) definen: Es el esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. En un proyecto es primordial señalar que, los procesos deben ofrecer un valor agregado, ya que de no ser así perdería todo sentido su existencia. Dado que su realización llevaría un costo asociado, el proceso resultaría infructuoso si no aportara nada al cliente o destinatario, un proyecto se distingue por dar un resultado único. (p.86)

Es el esfuerzo con el cual se lleva adelante el proyecto del cual se pretende conseguir rentabilidad, en el que se implementa un valor agregado con el fin de obtener un resultado positivo del mismo.

2.6 Derecho Tributario

Troya (2014) afirma que: “El derecho tributario es la rama del derecho que estudia el conjunto de normas jurídicas que regulan los tributos. El tributo es el Instituto propio del

derecho tributario, constituye un eficaz instrumento de la política fiscal y es la principal fuente de ingresos del Estado” (p.109).

El derecho tributario es la rama que estudia la ley fiscal y su aplicación es un instrumento para la recaudación de ingresos del Estado.

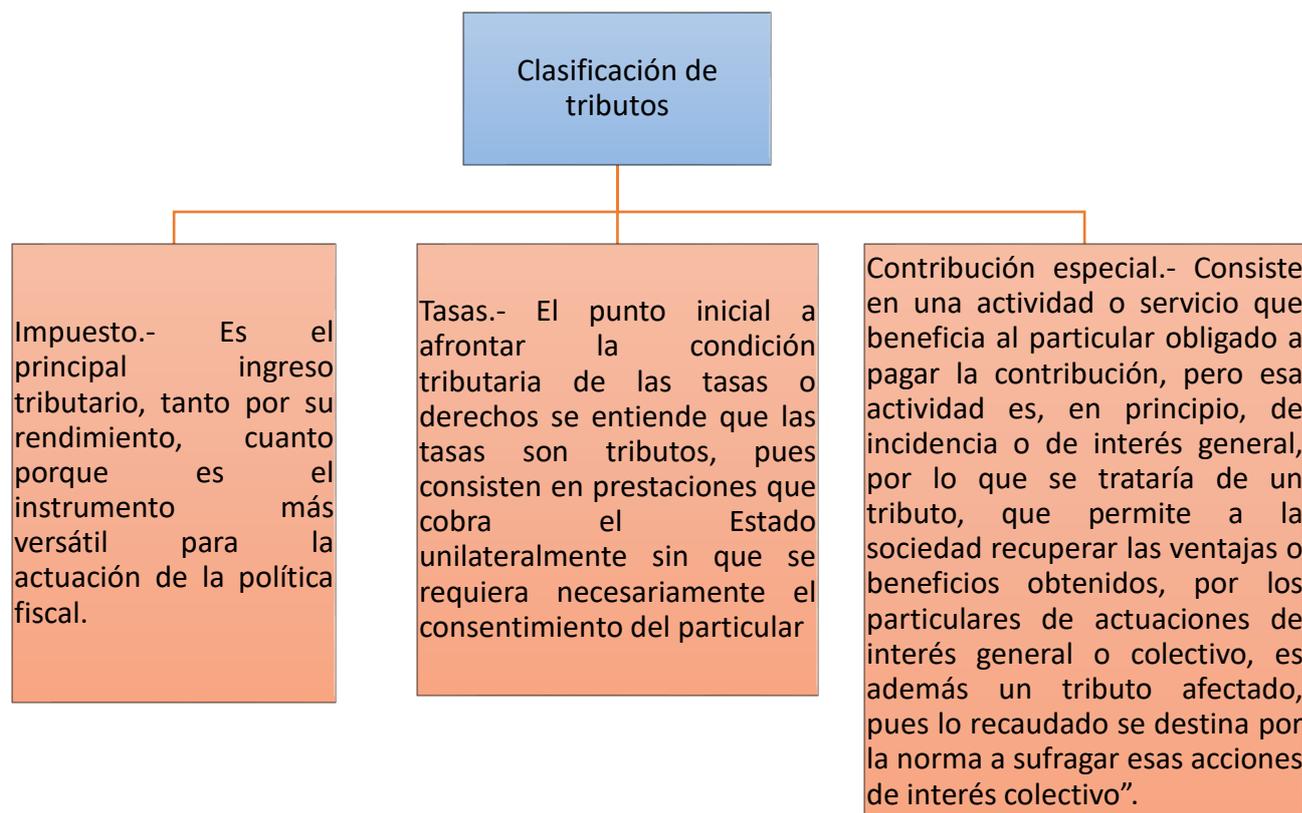
2.7 Tributo

González (2010) denomina que: “Tributo es la obligación legalmente impuesta al ciudadano, por la que se exige a éste la realización del pago de una suma de dinero a un ente público, como contribución al sostenimiento de los gastos públicos” (p.117).

Tributo es la contribución de valores al Estado, con el objetivo de apoyar la gestión social.

2.8 Clasificación de tributos

García (2014) afirma que: “Existen varias clasificaciones de los tributos: Existen tres diferentes tributos de acuerdo al interés jurídico, estas se clasifican en impuestos, tasas y contribuciones especiales, y se conoce que el impuesto es el más utilizado y de mayor recaudación” (p.57).



2.9 ¿Qué es el RISE?

SRI (2016) define: “El RISE (siglas de Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano), es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes”.

Es una identificación que permite el cumplimiento de las obligaciones con la Administración Tributaria de manera más sencilla.

2.10 Registro Único de Contribuyentes

SRI (2016) afirma: “Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria”.

El R.U.C es la identificación de un sujeto llamado contribuyente, el objetivo de poder determinar a los sujetos pasivos es analizar la carga impositiva que corresponda según su identidad ya identificada.

2.11 Impuesto a la renta

SRI (2016) define: “El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre”.

Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo de contribuyente:

Tabla 12
Fechas de presentación de obligaciones

| NOVENO DÍGITO | PERSONAS NATURALES | SOCIEDADES |
|----------------------|---------------------------|-------------------|
| 1 | 10 de marzo | 10 de abril |
| 2 | 12 de marzo | 12 de abril |
| 3 | 14 de marzo | 14 de abril |
| 4 | 16 de marzo | 16 de abril |
| 5 | 18 de marzo | 18 de abril |
| 6 | 20 de marzo | 20 de abril |
| 7 | 22 de marzo | 22 de abril |
| 8 | 24 de marzo | 24 de abril |
| 9 | 26 de marzo | 26 de abril |
| 0 | 28 de marzo | 28 de abril |

Impuesto a la renta, es el impuesto que debe pagar las rentas provenientes de personas naturales, sucesiones indivisas o sociedades, habiendo algunas exclusiones.

2.12 Impuesto al Valor Agregado

SRI (2016) define: El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal,

en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.

Este impuesto se declara de forma mensual si los bienes que se transfieren o los servicios que se presten están gravados con tarifa 12%; y de manera semestral cuando exclusivamente se transfieran bienes o se presten servicios gravados con tarifa 0% o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, a menos que sea agente de retención de IVA (cuya declaración será mensual).

Tabla 13

Fechas de presentación de obligaciones

| <i>NOVENO DÍGITO</i> | <i>FECHA MÁXIMA DE DECLARACIÓN (SI ES MENSUAL)</i> | <i>FECHA MÁXIMA DE DECLARACIÓN (SI ES SEMESTRAL)</i> | |
|--------------------------|--|--|-------------------------|
| | | <i>PRIMER SEMESTRE</i> | <i>SEGUNDO SEMESTRE</i> |
| <i>1</i> | <i>10 del mes siguiente</i> | <i>10 de julio</i> | <i>10 de enero</i> |
| <i>2</i> | <i>12 del mes siguiente</i> | <i>12 de julio</i> | <i>12 de enero</i> |
| <i>3</i> | <i>14 del mes siguiente</i> | <i>14 de julio</i> | <i>14 de enero</i> |
| <i>4</i> | <i>16 del mes siguiente</i> | <i>16 de julio</i> | <i>16 de enero</i> |
| <i>5</i> | <i>18 del mes siguiente</i> | <i>18 de julio</i> | <i>18 de enero</i> |
| <i>6</i> | <i>20 del mes siguiente</i> | <i>20 de julio</i> | <i>20 de enero</i> |
| <i>7</i> | <i>22 del mes siguiente</i> | <i>22 de julio</i> | <i>22 de enero</i> |
| <i>8</i> | <i>24 del mes siguiente</i> | <i>24 de julio</i> | <i>24 de enero</i> |
| <i>9</i> | <i>26 del mes siguiente</i> | <i>26 de julio</i> | <i>26 de enero</i> |
| <i>0</i> | <i>28 del mes siguiente</i> | <i>28 de julio</i> | <i>28 de enero</i> |

Impuesto al valor agregado es la contribución que grava la transferencia de dominio de bienes o servicios y pueden variar entre 12% o 0%.

2.13 Retenciones

SRI (2015) afirma que: “La retención es la obligación que tiene el comprador de bienes y servicios, de no entregar el valor total de la compra al proveedor, sino de guardar o retener

un porcentaje en concepto de impuestos. Este valor debe ser entregado al Estado a nombre del contribuyente, para quien esta retención le significa un prepago o anticipo de impuestos”.

Retención es el valor que el comprador retiene o deja de pagar, este valor representa un valor a favor de la Administración Tributaria.

2.14 Tipos de contribuyentes

¿Quiénes son las personas naturales?

SRI (2015) afirma que: Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

El registro de ventas y compras puede ser realizado bajo el siguiente formato:

Tabla 14

Formato de registro de ventas y compras

| N° DE | | | | | |
|------------------|-----------------|---------------------|----------|-----|-------|
| COMPROBANTES DE | | | | | |
| VENTA (SEA DE SU | | | | | |
| FECHA | VENTA O COMPRA) | CONCEPTO | SUBTOTAL | IVA | TOTAL |
| 15/12/2009 | 001-001-1234567 | Compra gaseosas | 100 | 12 | 112 |
| 02/01/2010 | 001-001-6581269 | Compra frutas | 50 | 0 | 50 |
| 01/02/2010 | 001-001-0000026 | Venta de Mercadería | 150 | 18 | 168 |

Las personas naturales son las personas nacionales o extranjeras que realizan alguna actividad económica lícita y pueden ser categorizadas como obligadas a llevar contabilidad o no obligadas de acuerdo al nivel de ingresos, gastos o patrimonio.

¿Qué son las sociedades?

Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las sociedades son personas constituidas jurídicamente como tales y para mayor entendimiento son personas que se asocian y cumplen todos los requisitos legales para crear una entidad y estas realizan actividades económicas.

¿Qué son los Contribuyentes especiales?

SRI (2015) afirma que: Contribuyente Especial es todo aquel contribuyente (persona natural o sociedad), calificado formalmente como tal por la Administración Tributaria, que en mérito a su importancia económica definida en parámetros especiales, coadyuva a la recaudación efectiva de los tributos, sujetándolo a normas especiales con relación al cumplimiento de sus deberes formales y pago de los tributos.

Contribuyentes especiales, son las personas naturales o sociedades las que son categorizadas por la Administración tributaria como especial por la importancia impositiva que representan para el SRI.

2.15 Contabilidad

Oriol (2012) afirma que: “La contabilidad es una parte de la economía que se encarga de obtener información financiera interna y externa sobre las empresas para poder permitir su control y la adecuada toma de decisiones” (p.10).

La contabilidad es importante para los diferentes actores internos y externos de una empresa pues en ella se muestra la información de cómo la empresa marcha hacia sus objetivos cual es el resultado y como está cuantificado.

2.16 Finanzas

Oriol (2012) define que: “Las finanzas son una parte de la economía que se encarga de la gestión y optimización de los flujos de dinero relacionados con las inversiones, la financiación, y los demás cobros y pagos” (p.11).

Las finanzas son parte de la economía, y es encargada de controlar el flujo de efectivo, busca con esta herramienta mejorar la inversión y maximizar el valor o resultado de la empresa.

2.17 Administración

Da Silva (2012) define que: “la administración es un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente y eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos o metas de la organización” (p.52).

La administración es un proceso que busca como resultado manejar adecuadamente los recursos de una empresa.

2.18 Servicio

Sandhusen (2015) afirma que: “Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo” (p.303).

Los servicios son actividades intangibles que se dan a favor de alguien sin que estos impliquen ser propietarios del servicio brindado.

2.19 Diagnóstico

Posso (2008) determina: “(...) significa conocer a través o por medio de. El diagnóstico es la conclusión de un estudio técnico e investigativo de una realidad expresada en juicio comparativo sobre una situación o realidad dada” (p.117).

El diagnóstico es una conclusión a la que se llega a través de la investigación.

2.20 Marco Teórico

Sánchez (2015) define que: “Marco teórico expone y analiza las teorías o grupos de teorías que sirven de fundamento para explicar los antecedentes e interpretar los resultados de la investigación” (p.16).

El marco teórico es la temática expuesta que sirve de fundamento para explicar una teoría.

2.21 Estudio de mercado

Sapag Chaín (2011) indica que: Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan en su mercado particular, el problema económico existe porque los recursos económicos son insuficientes para atender las múltiples necesidades y deseos de las personas. El capital, la fuerza de trabajo y los insumos productivos serán siempre escasos para satisfacer todos los requerimientos de consumo de bienes y servicios de la población. (p.45).

Estudio de mercado, es la investigación por medio del cual se identificará las características que debe presentar el proyecto.

2.22 Estudio Técnico

Baca Uribe (2015) definió que: Estudio Técnico consiste en resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuánto y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (p.16)

El estudio técnico, busca el desarrollo del proyecto mediante la identificación de los recursos necesarios para elaborar un producto, servicio o proyecto.

2.23 Estudio Económico y Financiero

Baca Urbina (2010) afirma que: “El Estudio Económico y Financiero ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (p.26).

El estudio económico y financiero, presenta la información de manera cuantitativa y la califica en base a variables que miden el rédito de un proyecto.

2.24 Estudio Organizacional

Peterson (2015) afirma que: La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización. (p.262)

La estructura organizacional , se desarrolla con el objetivo de determinar la estructura adecuada de un proyeto.

2.25 Estudio de Impactos

CEPAL (2015) define: “Estudio de Impactos es un tipo de evaluación sumativa, que se realiza al final de una intervención para determinar en qué medida se produjeron los resultados previstos” (p.56).

El estudio de impactos, mide el efecto que podría darse por la marcha de un proyecto.

2.26 Demanda

Miranda Miranda (2012) asegura que: La demanda busca determinar en base a aspectos históricos como se ha venido desarrollando, cuáles han sido sus cambios y cuál es la demanda actual, todo esto se desarrolla a partir de datos cuantitativos y cualitativos. En cualquier circunstancia se requiere información sobre una gama amplia de variables que se supone afectan el comportamiento de la demanda. (p.16)

La demanda es el mercado al que se dirige un servicio o producto, el cual tiene varias características que se definieron en un estudio.

2.27 Oferta

Miranda Miranda (2012) determina que: La oferta se puede concebir como la actual capacidad disponible por organizaciones públicas o privadas que ejercen por delegación o contrato funciones públicas, para entregar a la comunidad en condiciones de calidad aceptable, un determinado bien o servicio. Cuando se trata de proyectos productivos o generadores de ingresos, no suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la magnitud de la oferta que puede entregar un determinado proyecto, puesta que la información que interesa está en manos de la competencia, ya que suele constituir una arma poderosa para competir en el mercado. (p.38)

Define la capacidad de producción del proyecto en base a una demanda determinada misma que se consigue con el estudio en campo.

2.28 Mercado

Rivera y Hernandez (2007) asegura que es: “El conjunto de compradores que buscan un determinado producto en un lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones” (p.72).

Mercado, es el lugar físico o virtual donde concurre la oferta y la demanda con el objetivo de comprar un bien o servicio a cambio de un precio.

2.29 Precio

Kloter (2008) determina: “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. De manera más genérica, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio” (p.18).

Precio, es el importe monetario que se paga por la transferencia o utilización de un bien o servicio.

2.30 Canales de Distribución

Limas (2012) expresa que: Los canales de distribución representan al recorrido por el que atraviesa el producto según transferencia de propiedad del mismo, desde el fabricante o productor hasta el consumidor final. Los canales de distribución están integrados por personas y empresas implicadas en el proceso de y que posibilitan el traslado del producto desde la producción hasta el consumo. (p.201)

Canales de distribución es el camino que le toma o las diferentes formas de como un producto o servicio llega hasta el consumidor.

2.31 Gastos Administrativos

Chiliquinga (2007) “Los gastos administrativos son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa” (p.38).

Los gastos administrativos son egresos o salidas de dinero en actividades de operación de la empresa.

2.32 Gastos Financieros

Wordpress (2015) define: “Los gastos financieros son los gastos cobrados por las entidades financieras a los que recurren a utilizar financiación ajena, tales como intereses, comisiones de apertura”.

Los gastos financieros, son egresos o salidas de dinero por el financiamiento al que incurrió una persona o empresa con el objetivo de establecer un plan de negocio.

2.33 Gastos de Venta

Eslava (2015) “Se generan cuando se conforman las facturas recibidas por los proveedores y se registran contablemente, porque suponen un decremento de los beneficios económicos de la empresa”(p.58).

Gastos de venta, son salidas de dinero que se efectuarán o efectuaron por actividades que se llevaron para realizar las ventas.

2.34 Costos

Arredondo (2015) define: “El costo es el sacrificio incurrido para adquirir bienes por servicios con el objeto de lograr beneficios presentes o futuros. Al momento de hacer uso de estos beneficios, dichos costos se convierten en gastos” (p.8).

Costos, son desembolsos de dinero que se generan con el objetivo de producir un producto o bien y que serán cargados al costo y por ende recuperados en la venta del mismo.

2.35 Métodos de evaluación de proyectos de inversión

Valor Actual Neto

Baca (2008) determina que: “El VAN representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma” (p.98).

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum \text{FC} / (1 + i)^n$$

FC = Flujos de Caja Proyectados

i = tasa de descuento

n = tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

VAN positivo significa que existe rentabilidad.

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva.

Valor actual neto, permite expresar en términos monetarios si el proyectos es o no rentable.

Tasa Interna de Retorno

Baca Urbina (2008) determina que: “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a 0” (p.123).

Existen tres clases de TIR:

- a. Económica: cuando la inversión tiene solo aporte propio.
- b. Financiera: cuando la inversión es con financiamiento.
- c. Real: solo analiza los Flujos de Caja positivos.

La ecuación para el cálculo del TIR es:

$$TIR = Ti + \frac{Ti((VAN +) - (VAN -))}{Ts - Ti}$$

Ti = Tasa inferior de redescuento.

Ts = Tasa superior de redescuento.

VAN + = Valor positivo

VAN - = Valor negativo

Tasa interna de retorno, expresa la rentabilidad que devolvería un proyecto.

Punto de equilibrio

Description (2015) define que: “Es el nivel de producción en donde los costos son iguales a los ingresos, es decir la utilidad es igual a cero. Es válido únicamente para el año 1 del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto”. El cálculo del PE es:

Margen de contribución = Precio de Venta – Costo Variable Unitario

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{MARGEN DE CONTRIBUCION}$$

Punto de equilibrio, es el punto cero, donde no se pierde ni se gana en un proyecto.

Beneficio Costo

Sapag Chaín (2015) determina: “El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto” (p. 186).

Costo-beneficio, es un análisis donde se evalúa la conveniencia o no de inversión.

Costo Promedio de Capital

Property (2015) define: “El costo promedio ponderado del capital es la velocidad a la que una compañía paga al utilizar fondos de los inversionistas. Se trata de una tasa de referencia de rendimiento que una empresa debe ganar para crear valor para la empresa en su conjunto. Para calcular este valor, se utilizan tanto la deuda y el capital propio. (p.303)

El costo promedio ponderado de capital es la velocidad a la que una compañía paga el uso de los fondos invertidos, fondos de inversores y propios.

Período de Recuperación de la Inversión

Vaquiroy (2015) define que: “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (p.63).

Período de recuperación, es el lapso de tiempo que se tomaría en recuperar una inversión realizada para el desarrollo de un proyecto

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción al estudio de mercado

Ibarra cuenta con 4 Universidades que ofertan la Carrera de Contabilidad y Auditoría, todas ellas suman 1430 estudiantes. De los cuales durante los años 2015-2016 tan solo el 25% se han capacitado y el 75% han dejado de lado la capacitación por diferentes motivos como costos, horarios y otros, de ahí la evidencia de que se debería establecer capacitaciones direccionadas a dar a conocer, mejorar o actualizar los conocimientos de los estudiantes, ya que la vida profesional tiende al mejoramiento continuo, con el fin de acceder a una oportunidad laboral, de esta manera sobresalir en el campo profesional. Además lo que implica que el no estar a la par en conocimiento con los demás estudiantes y profesionales limita la oportunidad de acceder a campos laborales.

El servicio que se propone brindar es el de capacitación para lo que se ha elaborado programas de capacitación permanentes denominadas Escuelas y otras de actualización denominadas: Actualidad en áreas Contables y Tributarias.

3.2. Objetivos específicos del estudio de mercado

Determinar los temas de interés en capacitaciones que tienen los posibles participantes, con el fin de establecer los temas de las capacitaciones y vincular los programas a estos.

Establecer las principales causas por las que los participantes se vieran influenciados en capacitarse

Identificar que busca el participante en una capacitación antes de tomar la decisión de participarse.

Valorar el resultado de los estudiantes que en la actualidad trabajan en el área de su profesión y necesitan de las capacitaciones.

Evaluar la disponibilidad de los posibles participantes en cuanto a capacitarse.

Analizar y definir la posible demanda, el precio que tendría la capacitación y establecer el costo hora.

Identificar si el mercado tiene conocimiento de la Empresa JJG & ASOCIADOS, medios por los que conoce y cuál sería la posible acogida que la empresa tendría.

3.3. Identificación del servicio

Una de las principales obligaciones de los profesionales es mantenerse actualizado y aplicar los conocimientos de acuerdo a la ley, en convergencia a la aplicación del Código Orgánico Integral Penal debido a que se prohíbe y se condena una variedad de casos que se puedan dar. Con el propósito de mantener a los estudiantes capacitados y que estos puedan aplicar la ley se establece un programa de capacitación como parte de la oferta de servicios que brinda JJG & ASOCIADOS.

3.3.1. Servicios

Las capacitaciones se irán realizando conforme los cronogramas que el Director del programa establezca, esto se planificará de manera trimestral, semestral y anual, con el objetivo de brindar dos tipos de capacitaciones, una permanente que se denominará Escuelas y las de actualidad que serán para dar a conocer los posibles cambios que se den en la ley y sea aplicable al ámbito contable o tributario.

Escuela Tributaria, Servicio de Rentas Internas y Laborales

Escuela en Normas Internacionales de Información Financiera

Escuela Tributaria, Impuestos de Aduana y Municipales

Escuela de Contabilidad y Finanzas



OFRECEMOS:
DECLARACIONES DE IVA MENSUAL Y SEMESTRAL
DECLARACIONES DE IMPUESTO A LA RENTA
SERVICIOS RELACIONADOS CON:
IESS, SRI Y MINISTERIO DE TRABAJO
CAPACITACIÓN
TRIBUTARIA, LABORAL Y CONTABLE
EVALUACIÓN FINANCIERA

Fotografía 2 Servicios de J J G & ASOCIADOS

3.3.2 Beneficios

Los principales beneficios que los participantes tendrán si el programa de capacitación es presentado serán los siguientes:

Conocimiento y actualización sobre temas relevantes y de importancia para su profesión.

Acceso a grupos de trabajo y apoyo.

Precios cómodos que estén direccionados a los estudiantes.

Capacitadores de primer nivel con amplia experiencia y conocimiento.

3.4 Descripción del perfil del cliente

El mercado meta que se quiere alcanzar y para el que está dirigido los programas de capacitación serán para todo estudiante que requiera de conocer, mejorar o ampliar sus conocimientos relacionados a los temas contables y tributarios y para determinar el perfil de los clientes se ha investigado y evaluado los resultados de la encuesta realizada a los posibles participantes como se detalla a continuación.

7. ¿Para usted cual sería el principal interés en cuanto a temas de capacitación?

Tabla 15

Interés en temas de capacitación

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| CONTABILIDAD | 124 | 41% |
| TRIBUTACIÓN | 179 | 59% |
| Total | 303 | 100% |

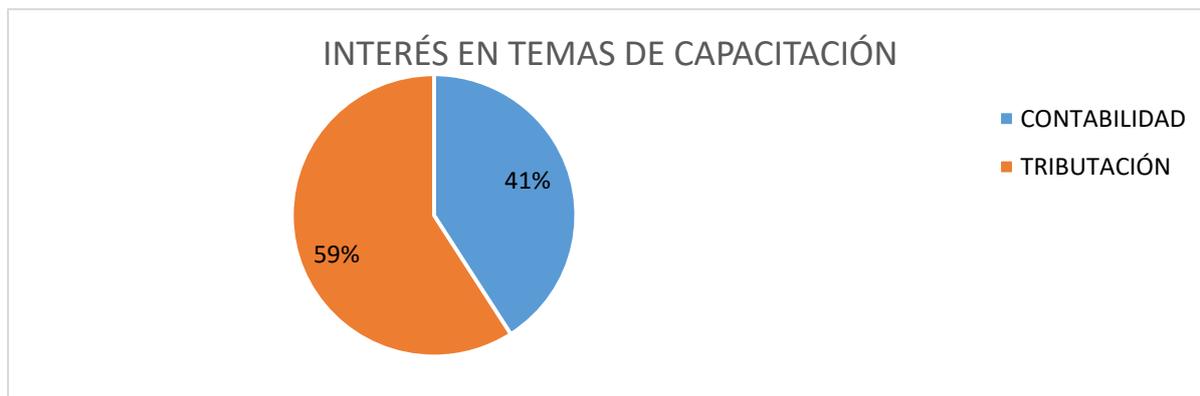


Gráfico 7. Interés en temas de capacitación

Análisis e Interpretación

El 59% de los encuestados están interesados en capacitarse en temas tributarios, mientras que el 41% en temas contables, lo que indica que la gran mayoría está direccionado a temas netamente tributario.

3.5 Segmentación de mercado

La división del mercado se ha establecido en base a la segmentación de los posibles participantes en la pregunta N° 8 a continuación presentada.

8. ¿Dentro de temas tributarios y contables cual es de su principal interés?

Tributarios:

Tabla 16
Temas Tributarios de interés

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------|------------|------------|
| IVA | 78 | 44% |
| ICE | 16 | 9% |
| IMPUESTO A LA RENTA | 59 | 33% |
| DE ADUANA | 26 | 15% |
| Total | 179 | 100% |

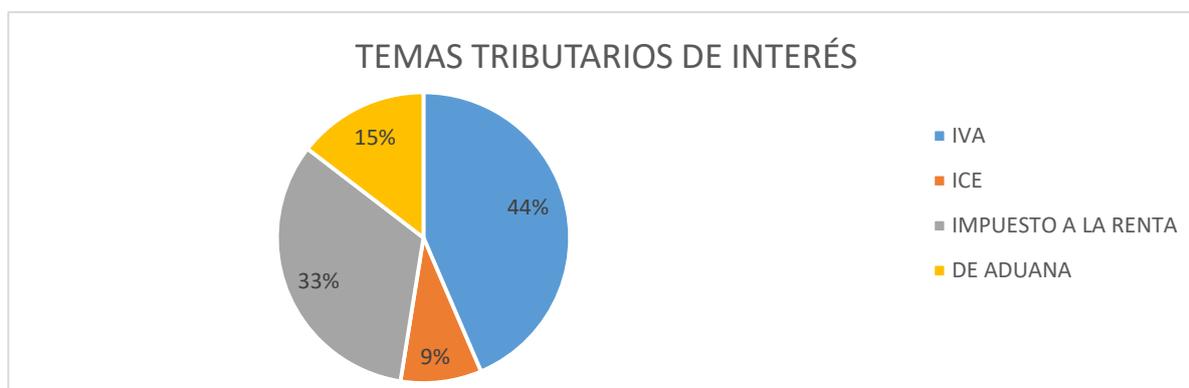


Gráfico 8. Temas Tributarios de interés

Análisis e Interpretación

179 encuestados manifestaron que tendrían interés en tomar capacitaciones relacionados con temas tributarios, de estos el 44% que representan 78 encuestados identifican que tomarían capacitaciones del IVA.

Contables:

Tabla 17
Temas Contables de interés

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|-------------------|-------------------|
| NIIF | 91 | 73% |
| FINANZAS | 25 | 20% |
| COSTOS | 8 | 6% |
| Total | 124 | 100% |

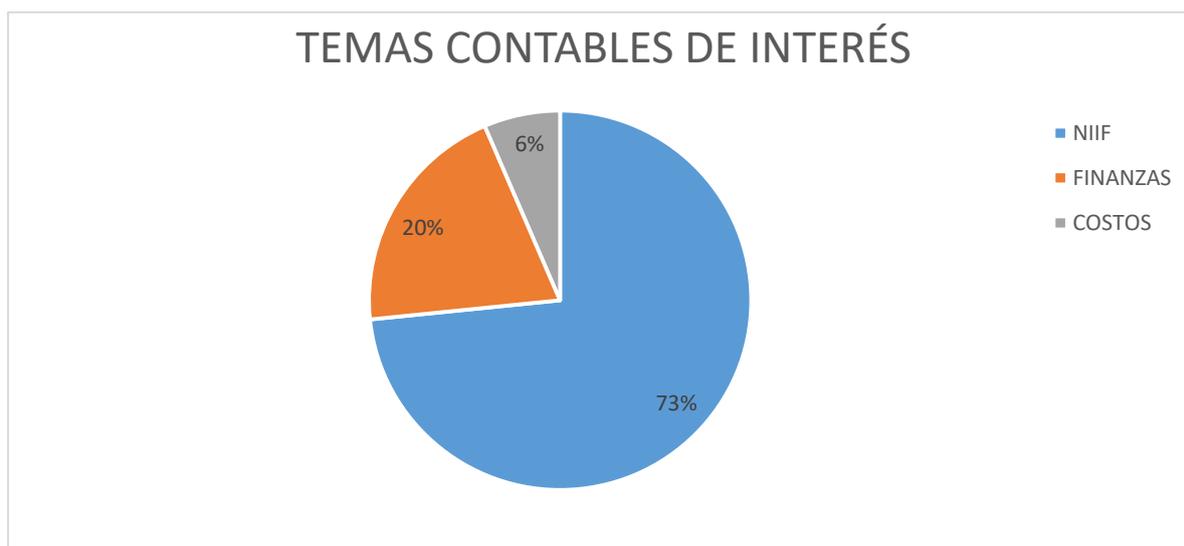


Gráfico 9. Temas Contables de interés

Análisis e Interpretación

De la población tomada como muestra se identificó que 124 estudiantes tienen interés en tomar capacitaciones relacionadas a la contabilidad, de ellos el 73% muestran interés en Normativa NIIF.

3.6 Análisis de la demanda de mercado

3.7 Mercado objetivo

El mercado objetivo para el programa de capacitación, son los estudiantes de las Universidades y para determinar a más detalle el mercado se utilizó la encuesta como herramienta de investigación, preguntas N° 9, 10, 11.

9. ¿Cuál sería una de las razones por las que se capacitaría?

Tabla 18

Motivos para capacitarse

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| CONOCIMIENTO | 120 | 40% |
| FORTALEZAMIENTO | 47 | 16% |
| ACTUALIZACIÓN | 78 | 26% |
| PROFESIONALISMO | 58 | 19% |
| Total | 303 | 100% |

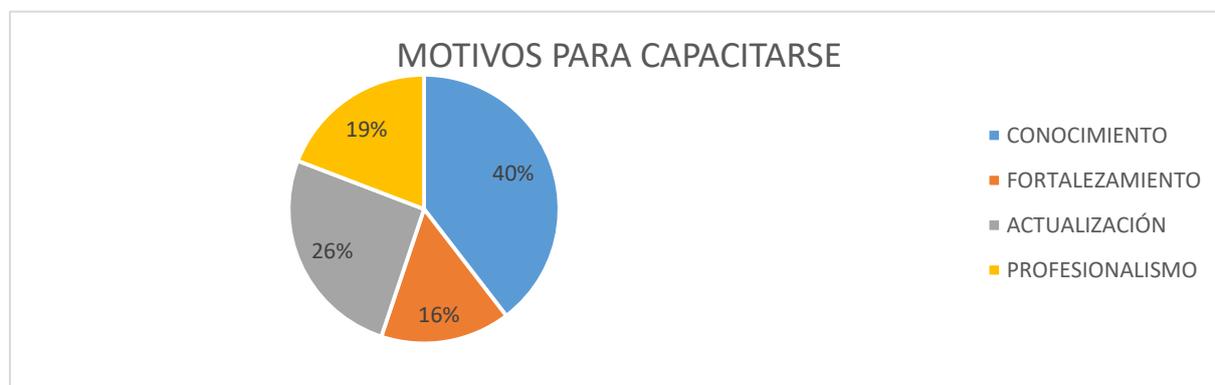


Gráfico 10. Motivos para capacitarse

Análisis e Interpretación

El 40% de los encuestados manifestaron que se capacitarían por conocimiento, mientras que el 26% por actualización, de esta manera se identificó las principales características que influirán en los estudiantes para decidir tomar las capacitaciones.

10. ¿Qué buscaría en una capacitación antes de tomarla?

Tabla 19
Interés para decisión de capacitarse

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|------------|
| TEMARIO | 130 | 43% |
| FACILITADORES | 41 | 14% |
| COSTO | 132 | 44% |
| Total | 303 | 100% |

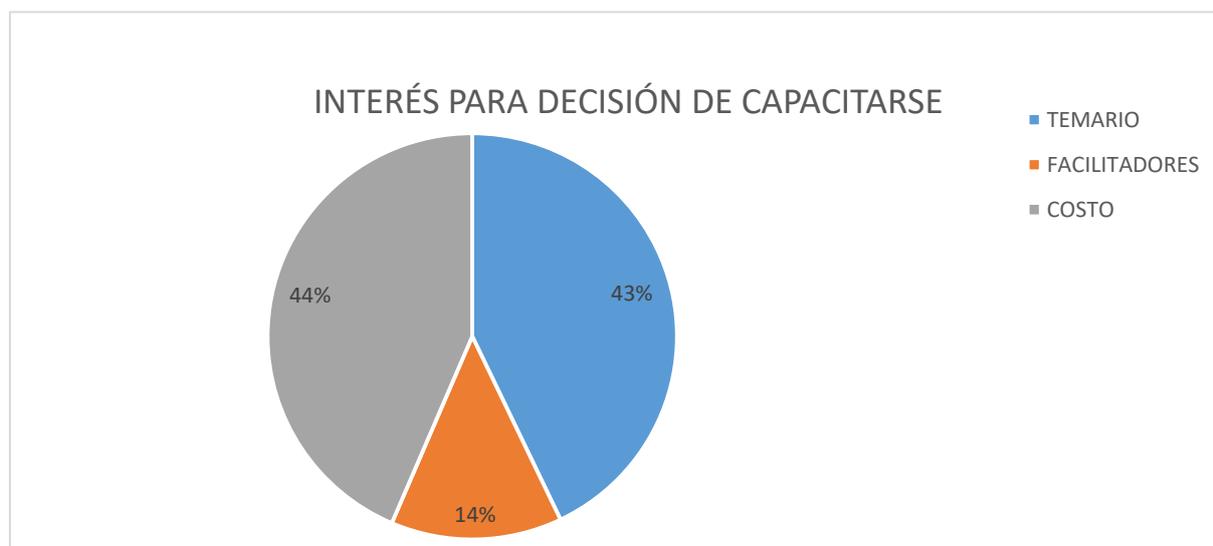


Gráfico 11. Interés para decisión de capacitarse

Análisis e Interpretación

El 44% de los posibles participantes informaron que antes de decidirse tomar una capacitación verifican el costo, y el 43% el temario, mientras tanto el 14% revisan quienes serán los facilitadores, así toman la decisión.

11. ¿Usted estudia y a la vez trabaja en la actualidad en áreas Contables o Tributarios?

Tabla 20
Estudia y trabaja en el área

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 36 | 12% |
| NO | 267 | 88% |
| Total | 303 | 100% |



Gráfico 12. Estudia y trabaja en el área

Análisis e Interpretación

Tan solo el 12% de los estudiantes que estudian a la vez se encuentran trabajando en el área de estudios, representando que para ellos es más importante tomar las capacitaciones para aplicar en su trabajo.

3.8 Conclusión de los resultados

Para determinar nuestro mercado objetivo, se evaluó los resultados comprendidos de las preguntas N° 9, 10 y 11, se identificó que el mercado objetivo serán todos los estudiantes que estudien Contabilidad y Auditoría, pero para que el programa sea acogido este debe tener en cuenta el conocimiento que brindará a los participantes, el costo por capacitarse.

3.9 Demanda actual

Para establecer la demanda actual se ha realizado la encuesta a los posibles participantes para lo que se evalúa los resultados de la pregunta N° 12, 14 y 15. Y una vez evaluada las preguntas se promedian los resultados conseguidos de la pregunta 12 y 15 para determinar el resultado de la demanda actual la que llego a ser del 63% de los encuestados.

12. ¿Tendría facilidad para capacitarse si se establece un centro de capacitación en Ibarra dirigido a estudiantes en temas contables y tributarios?

Tabla 21
Facilidad de capacitación

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 256 | 84% |
| NO | 47 | 16% |
| Total | 303 | 100% |

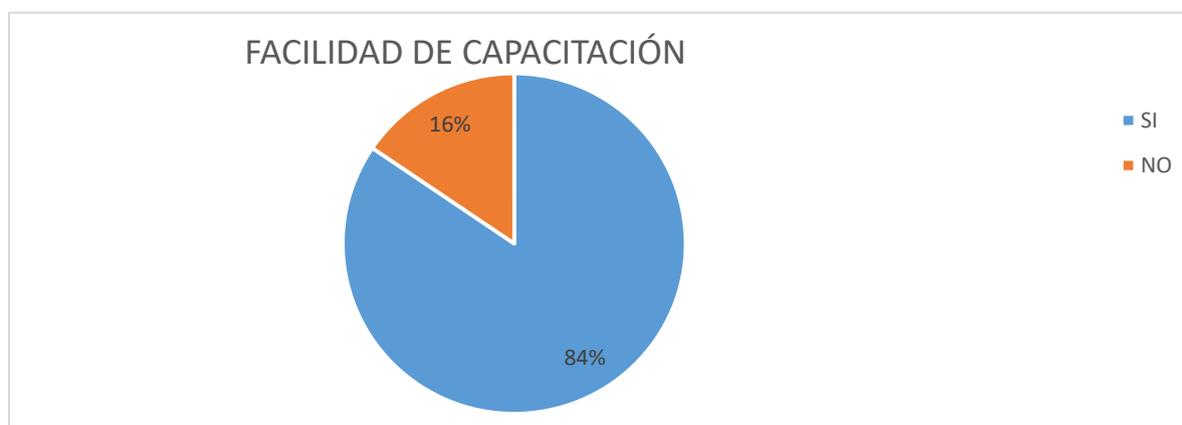


Gráfico 13. Facilidad de capacitación

Análisis e Interpretación

Más del 84% de los encuestados demuestran disponibilidad para capacitarse, así se identifica que una gran mayoría podría ser la demanda actual.

14. ¿Ha recibido, escuchado o visto información por algún medio de la empresa JJG & ASOCIADOS, de ser la respuesta positiva mencionar el medio si está dentro de los descritos?

Tabla 22
Conocimiento de JJG & ASOCIADOS

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI | 35 | 12% |
| NO | 268 | 88% |
| Total | 303 | 100% |

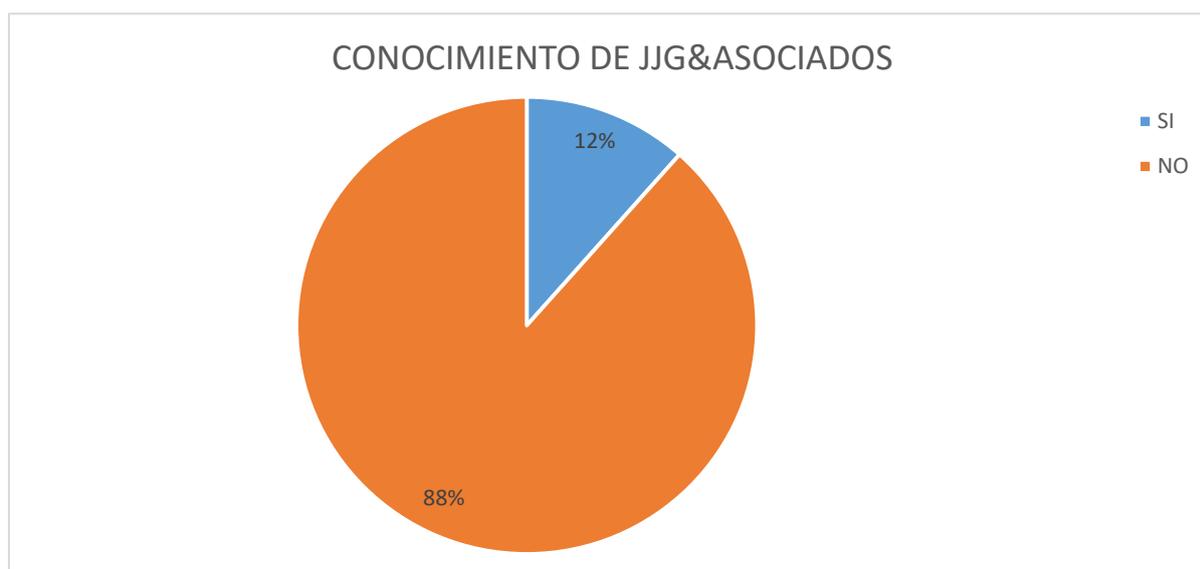


Gráfico 14. Conocimiento de JJG & ASOCIADOS

Medio:

Tabla 23
Medios de conocimiento JJG & ASOCIADOS

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------|------------|------------|
| PRENSA | | 0% |
| REDES SOCIALES | 12 | 34% |
| AMISTADES | 23 | 66% |
| Total | 35 | 100% |

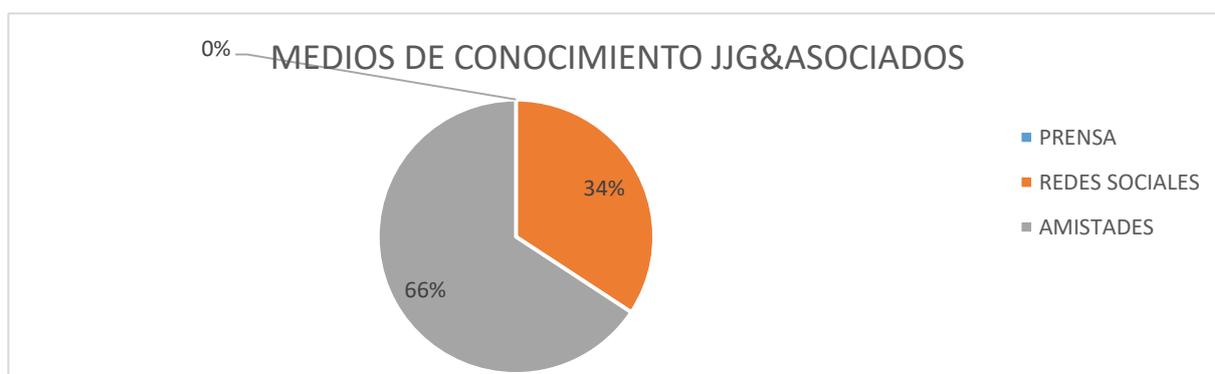


Gráfico 15. Medios de conocimiento JJG & ASOCIADOS

Análisis e Interpretación

El 12% de los encuestados tiene conocimiento o han escuchado de JJG & ASOCIADOS, y de este el 66% ha recibido información por medio de amistades

15. ¿Le gustaría conocer o tener información de la empresa JJG & ASOCIADOS en cuanto a temas de capacitación de ser su respuesta positiva llenar la información que se solicita?

Tabla 24
Requerimiento de información

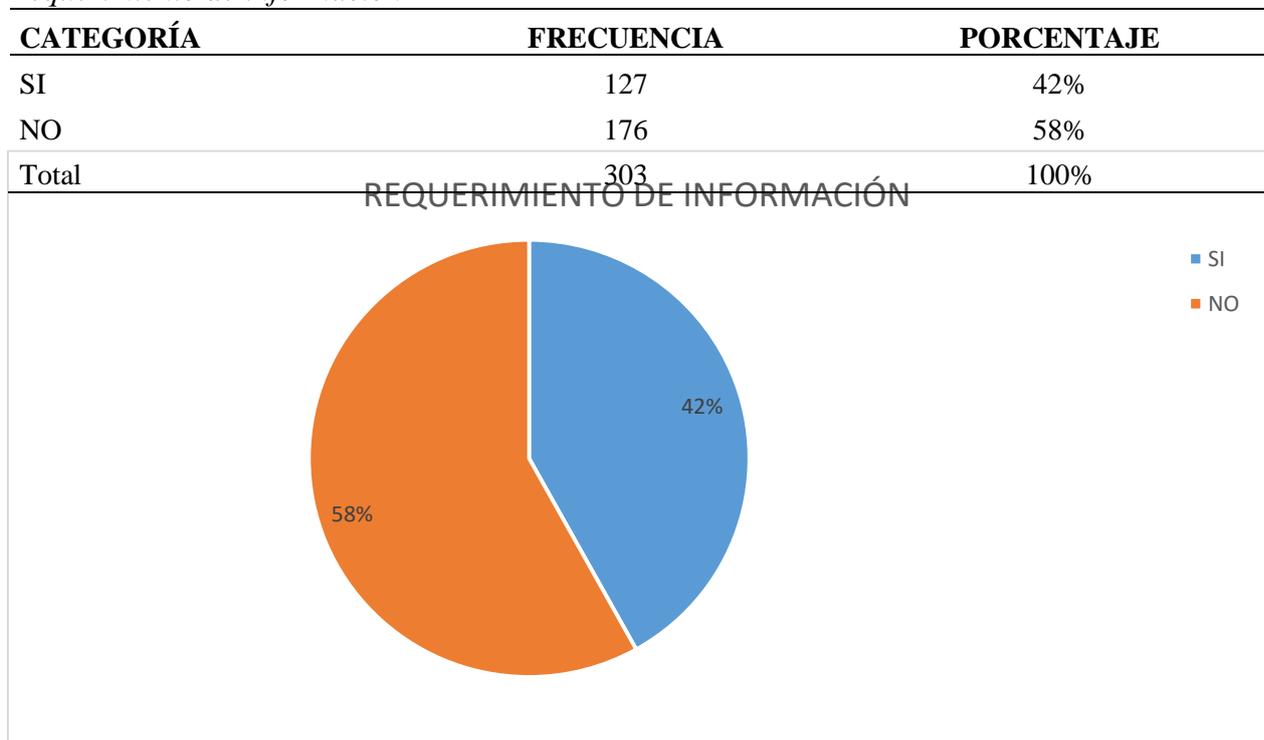


Gráfico 16. Requerimiento de información

Análisis e Interpretación

El 42% de los encuestados mencionan que requieren información de JJG & ASOCIADOS y sobre las capacitaciones que se darían.

Análisis e Interpretación global

Como medio de medición entre las respuestas de las preguntas que se utilizaron para determinar la demanda actual se utilizará un promedio entre las respuestas de las preguntas 12 y 15, llegando a establecer la demanda del 63% conforme a la siguiente tabla:

Tabla 25
Requerimiento de información

| CATEGORÍA | FRECUENCIA N°12 | PORCENTAJE N° 12 | FRECUENCIA A N° 15 | PORCENTAJE E N° 15 | TOTAL | PORCENTAJE E |
|-----------|-----------------|------------------|--------------------|--------------------|-------|--------------|
| SI | 256 | 84% | 127 | 42% | 383 | 63% |
| NO | 47 | 16% | 176 | 58% | 223 | 37% |
| Total | 303 | 100% | 303 | 100% | 606 | 100% |

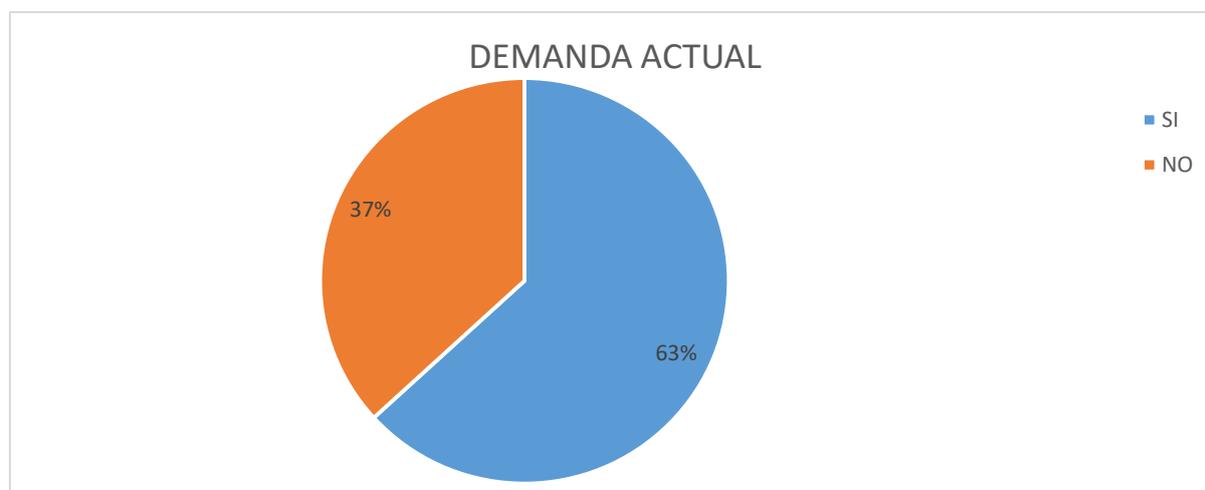


Gráfico 17. Requerimiento de información

3.10 Demanda potencial proyectada

Para la proyección de la demanda se ha identificado primeramente el crecimiento del estudiantado en los años posteriores de acuerdo a la tasa de crecimiento promedio del 4,38%, posteriormente se ha proyectado la demanda tomando el 63% de todos los estudiantes sin dejar de lado los profesionales que cada año irán saliendo de la universidad.

1. Crecimiento estudiantes universitarios

Tabla 26

Crecimiento estudiantes universitarios

| AÑOS | ESTUDIANTES |
|------|-------------|
| 2013 | 1250 |
| 2014 | 1309 |
| 2015 | 1360 |
| 2016 | 1430 |
| 2017 | 1493 |
| 2018 | 1558 |
| 2019 | 1626 |
| 2020 | 1698 |
| 2021 | 1772 |

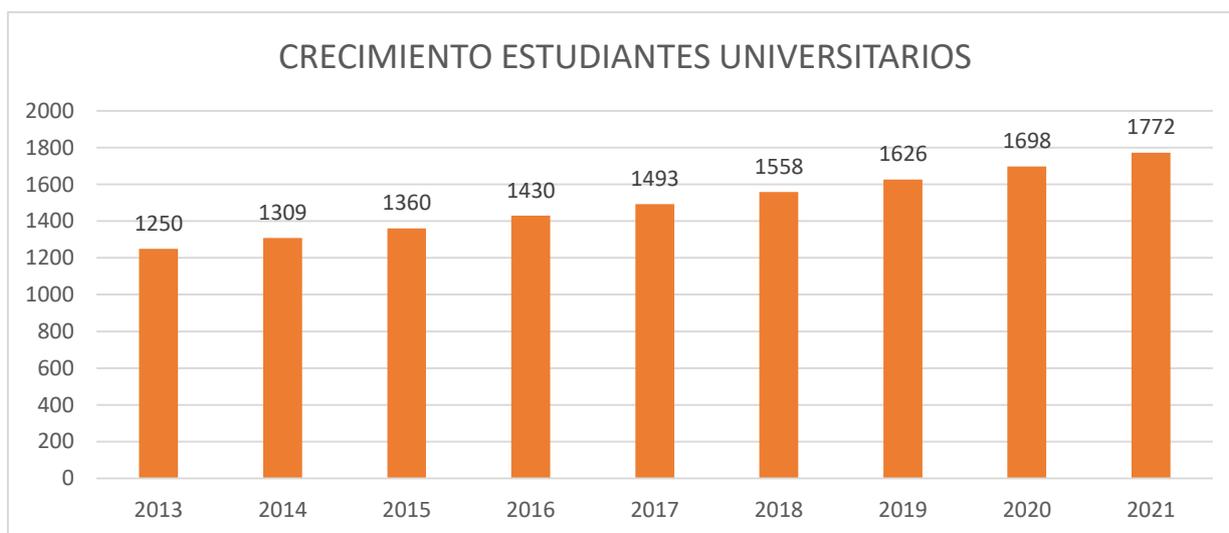


Gráfico 18. Crecimiento estudiantes universitarios

2. Demanda potencial proyectada

Tabla 27
Demanda potencial proyectada

| AÑOS | ESTUDIANTES | DEMANDA PROYECTADA |
|-------------|--------------------|---------------------------|
| 2013 | 1250 | 788 |
| 2014 | 1309 | 825 |
| 2015 | 1360 | 857 |
| 2016 | 1430 | 901 |
| 2017 | 1493 | 940 |
| 2018 | 1558 | 982 |
| 2019 | 1626 | 1025 |
| 2020 | 1698 | 1070 |
| 2021 | 1772 | 1116 |

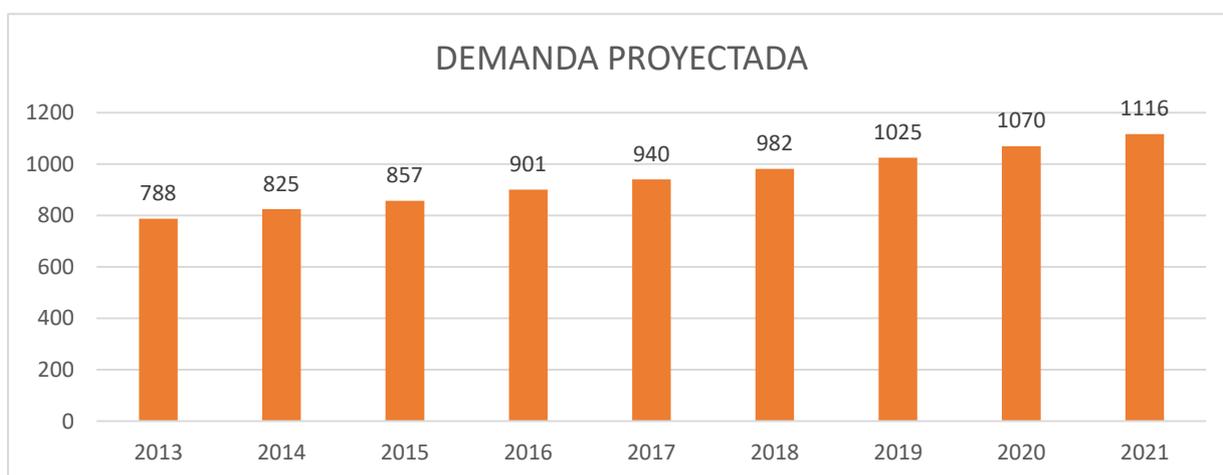


Gráfico 19. Demanda potencial proyectada

Demanda potencial proyectada según características de capacitación

De acuerdo al requerimiento mínimo según evaluación financiera y con la creencia clara de parte de quienes forman el personal de facilitadores y directivos de JJG & ASOCIADOS, el número adecuado para que todos los participantes tengan una buena captación debe ser mínimo de 30 estudiantes y no máximo de 40 estudiantes. Por tal motivo se proyecta la siguiente demanda:

JJG & Asociados proyecta no tener más de 30 participantes por evento por lo que su demanda por capacitación sería fija respecto al número de participantes.

Tabla 28*Demanda potencial proyectada según características de capacitación*

| AÑOS | DEMANDA POR CAPACITACIÓN MENSUAL | DEMANDA POR CAPACITACIÓN ANUAL |
|-------------|---|---|
| 2017 | 30 | 180 |
| 2018 | 30 | 180 |
| 2019 | 30 | 180 |
| 2020 | 30 | 180 |
| 2021 | 30 | 180 |

3.11 Análisis de la oferta

Mediante el estudio se determinó que el 65% de los encuestados conocen sobre la competencia y la gran mayoría con un 32% mencionaron al Colegio de Contadores de Imbabura, y esto se pudo exponer en el estudio de diagnóstico en la evaluación y análisis de la pregunta N° 1 y 2.

3.12 Precio del servicio**3.12.1 Precio actual de servicios ofrecidos**

Para fijar el precio se tomó en cuenta la evaluación y análisis de la pregunta N° 13 realizada a los posibles participantes, conforme se detalla en la siguiente tabla y así se resolvió que por el servicio se cobrará en base al número de horas que se capacite multiplicado por el costo hora de trabajo el cual será de 3,00 dólares.

13. ¿Cuál sería el valor que usted podría pagar por cada hora de capacitación?

Tabla 29
Valor Hora

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| 0-5 | 188 | 62% |
| 6-10 | 78 | 26% |
| 11-15 | 14 | 5% |
| 16-20 | 18 | 6% |
| 21-MÁS | 5 | 2% |
| Total | 303 | 100% |



Gráfico 20. Valor Hora

3.12.2 Proyecciones del precio

Tomando como base el índice de inflación, se dispone que el precio evidencie cambios que fluctúen al mismo % de inflación promedio del año 2016 que es de 1,73%.

Tabla 30
Proyección de precios por hora de trabajo

| AÑOS | PRECIO POR HORA DE SERVICIO |
|-------------|------------------------------------|
| 2017 | 3,00 |
| 2018 | 3,05 |
| 2019 | 3,10 |
| 2020 | 3,16 |
| 2021 | 3,21 |

3.13 Análisis de la comercialización del servicio

La comercialización de las capacitaciones se llevará a través de medios de comunicación como los siguientes:

Redes sociales

Publicidad escrita (comercios o diarios)

Publicidad y propagandas volantes o trípticos

3.14 Análisis Estudio de Mercado

En este capítulo se pudo identificar que el 59% del mercado está interesado en capacitarse en temas Tributarios como IVA, Impuesto a la Renta, Impuestos de Aduana y Municipales, mientras que el 41% en temas Contables como Normas Internacionales de Información Financiera, Finanzas y Costos y así también se puede evidenciar las principales razones para decidirse tomar las capacitaciones y frente a esto tomar decisiones que serán relevantes a la hora de presentar los programas de capacitación.

Además se identificó el valor del servicio por hora y se estableció un costo que este dentro de las propuestas presentadas a los posibles participantes y así llegar al mercado de mejor manera, adicional se evidencio cuáles serían los posibles competidores.

El servicio de capacitación que se ofrecerá está vinculado a sustentar y cubrir las necesidades de los estudiantes universitarios, como se pudo observar en el estudio de mercado el interés por capacitarse es alto y de acuerdo a la evaluación se determinó que el 63% de los encuestados desean recibir capacitaciones y conocer de la empresa JJG & ASOCIADOS.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico permite conocer el proceso que se implementará en la aplicación de la propuesta de capacitación y la forma de comercialización del servicio, esto coadyuva a que la información sea cuantificable y a través de esto determinar el monto de la inversión y costos de operación. Este estudio técnico condiciona al estudio financiero y organizacional.

4.2. Objetivos

4.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio, mediante el análisis y cuantificación de los componentes del proyecto que permitan obtener resultados técnicos de los requerimientos materiales y humanos del proyecto.

4.2.2. Objetivos específicos

Determinar la localización óptima del proyecto

Establecer los requerimientos de muebles de oficina, equipos tecnológicos y humanos

Diseñar la propuesta de capacitación.

4.3. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto permite definir y limitar los recursos necesarios para que el estudio se materialice; dentro de estos se encuentra el equipo de trabajo, muebles y materiales, que se necesiten para cubrir la demanda. En el estudio de factibilidad de una propuesta de capacitación como parte de la oferta académica de JJG & Asociados, el tamaño del proyecto surge del

número mínimo de participantes requerido para llevar a cabo la capacitación. Que en este caso es de 30 participantes por capacitación.

4.4. Localización del proyecto

4.4.1. Macro localización

Para efectos de la macro localización, se ha determinado como factor principal el lugar donde se encuentre el mercado meta, para este caso específico es en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

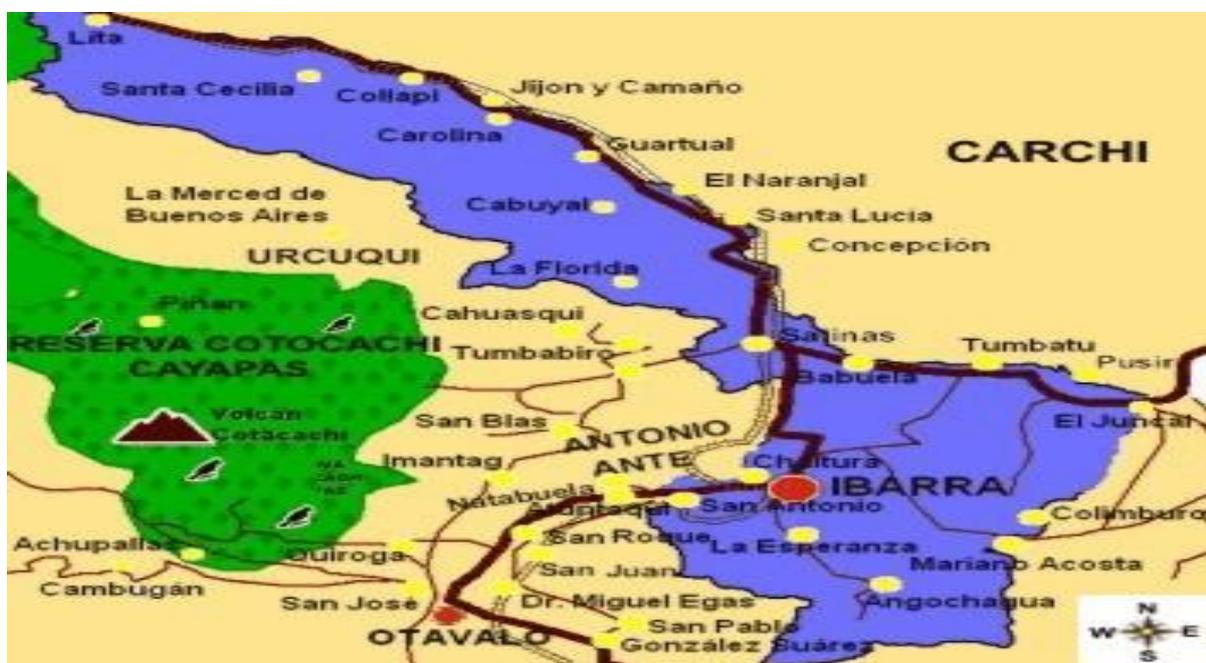


Gráfico 21. Macro localización

En la determinación de la macro localización se tomaron en cuenta determinantes que son de alta importancia para llegar a esta decisión:

Factores calificados de 1 a 10 puntos

10 = Alto

5 = Medio

1 = Bajo

Tabla 31
Factores macro localización

| FACTORES MACRO LOCALIZACIÓN | PESO | IBARRA | | ATUNTAQUI | |
|-----------------------------------|------|--------------|----------------------|--------------|----------------------|
| | | CALIFICACIÓN | PUNTOS PONDERADOS | CALIFICACIÓN | PUNTOS PONDERADOS |
| Mercado meta | 10 | 10 | 10 | 5 | 5 |
| Infraestructura propia | 10 | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Transporte y Movilidad | 10 | 10 | 10 | 5 | 5 |
| Total | 30 | 30 | 30 | 10 | 10 |

Análisis de los resultados

De acuerdo a los resultados de la cuantificación de los factores que predominan la macro-localización se evidencia que la ciudad de Ibarra es la adecuada debido a que maximiza la llegada de los posibles participantes según indicador 10 que equivale a resultado alto en macro-localización.

4.4.2. Micro localización

La empresa está ubicada en la ciudad de Ibarra, pero al no disponer de un local que presente el espacio suficiente para atender a los participantes, se verá en la necesidad de realizar un préstamo que permita cubrir los costos de la construcción e instalación del equipo necesario con el fin de presentar a su mercado y sociedad un centro de capacitación de calidad, además con el objetivo de minimizar costos se realizará la construcción en un terreno ubicado en ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, ciudadela Las Palmas en la calle Juan Martínez de Orbe pasaje #1 casa 1-45 como referencia a dos cuadras del Hospital del IESS, de propiedad de uno de los socios.

Tabla 32
Factores micro localización

| FACTORES MICRO LOCALIZACIÓN | PESO | IBARRA | | ATUNTAQUI | |
|-----------------------------------|------|--------------|----------------------|--------------|----------------------|
| | | CALIFICACIÓN | PUNTOS PONDERADOS | CALIFICACIÓN | PUNTOS PONDERADOS |
| Accesibilidad | 10 | 10 | 10 | 5 | 5 |
| Dirección y Seguimiento | 10 | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Mano de Obra | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Ambiente | 10 | 10 | 10 | 5 | 5 |
| Total | 40 | 40 | 40 | 25 | 25 |

Análisis de los resultados

Evaluando los resultados obtenidos se evidencia que la micro-localización debe ser en Ibarra ya que la empresa al tener residencia en la ciudad podrá direccionar, hacer seguimiento a los programas de capacitación y control de las actividades que se estén ejecutando, resultado obtenido 10 sobre 10 que muestra un alto grado de aceptación.

Razones estratégicas y de mercado.

La principal fuente de ingreso de esta propuesta será el número de capacitaciones que se den durante el período fiscal que va del 01 de Enero al 31 de Diciembre de un año específico. Esto hará que la empresa JJG & Asociados deba trabajar de una mejor manera en levantar información que sea estratégica y que permita continuar con la propuesta de capacitación y actualización dando un valor agregado que ayude a mantener la propuesta en marcha y debido a que es la principal fuente de ingresos.

Razones de Movilidad

EL mercado meta está ubicado en la ciudad de Ibarra, esto abarataría los costos para los participantes de las capacitaciones, al ser la capital de la provincia de Imbabura en ella se encuentran las Universidades y para JJG & Asociados es apropiado que la capacitación se lleve a cabo en esta ciudad.



Fotografía 3. Micro localización

4.5. Ingeniería del proyecto

4.5.1. Requisitos del local

La empresa requiere de unas instalaciones que presten las condiciones adecuadas para sus participantes, es así que se detalla las condiciones siguientes:

Seguridad

Ambiente (clima del entorno)

Accesibilidad

Muebles y Materiales adecuados

Seguridad; El lugar que la empresa seleccione debe prestar condiciones de seguridad físicas como ambientales hacia los participantes y facilitadores, mismos que representan confianza al acudir al centro de capacitación.

Ambiente; La empresa debe ofrecer un lugar que preste una condición ambiental acorde a la actividad que se va a realizar, que de tranquilidad y mantenga al participante en un estado de aprendizaje.

Accesibilidad; El lugar donde se pueda establecer dichas capacitaciones deben ser de fácil acceso, para el participante es muy importante que el lugar les ofrezca la mayor garantía y esto le hará sentir que la empresa está preocupada por brindar un mejor servicio.

Muebles y Materiales adecuados, JIG & Asociados debe prestar su servicio con los muebles y materiales adecuados que permitan que los participantes reciban el servicio de manera cómoda.

4.5.2. Diagrama de proceso

Para la atención al cliente se ha expuesto el siguiente proceso.

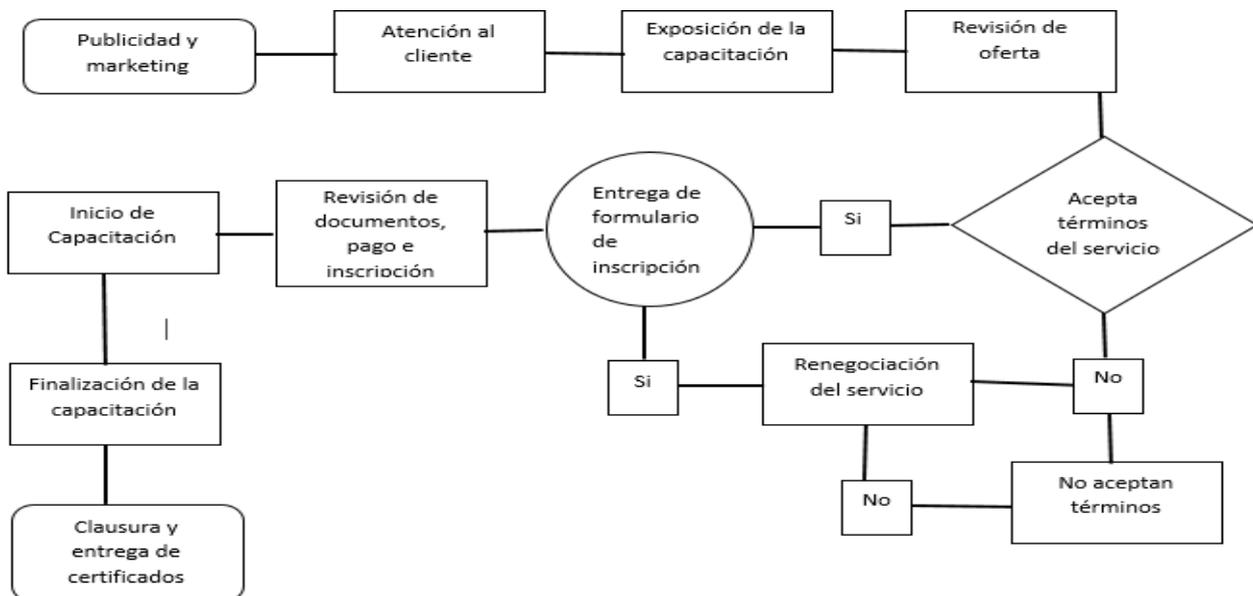


Gráfico 22. Proceso de atención al cliente

4.5.3. Actividades del diagrama de proceso

Se detalla las actividades que implican cada punto en el proceso de Atención al cliente

Tabla 33
Proceso de atención al cliente

| Nº | PROCESO | Nº | ACTIVIDAD |
|----|---|----|--|
| 1 | Publicidad y Marketing | 1 | Promocionar la capacitación |
| 2 | Atención al cliente | 1 | Recibir al cliente |
| 3 | Exposición de la capacitación | 1 | Dar a conocer información de la capacitación |
| 4 | Revisión de oferta | 1 | El posible participante evalúa la oferta |
| 5 | Acepta términos del servicio | 1 | El participante acepta o no condiciones |
| 6 | Entrega de formulario de inscripción | 1 | Entrega de formulario |
| 7 | Revisión de documentos pago e inscripción | 1 | Registro de inscripción |
| 8 | Inicio de capacitación | 1 | Inauguración |
| 9 | Finalización de la capacitación | 1 | Finalización |
| 10 | Clausura y entrega de certificados | 1 | Entrega de certificados |

Actividades añadidas en el proceso.

Tabla 34
Proceso de atención al cliente

| Nº | PROCESO | Nº | ACTIVIDAD |
|----|----------------------------|----|--|
| 1 | Renegociación del servicio | 1 | La empresa y el cliente negocian el servicio por segunda vez, el cliente acuerda tomar o no el servicio. |

4.5.4. Requerimiento de instalaciones

La empresa requiere una instalación de 100 metros cuadrados y deberá presentar los mínimos requisitos establecidos en el siguiente detalle:

60 m² Centro de capacitación

20 m² 3 Oficinas

15 m² sala de cafetería

5 m² 2 Baños



Gráfico 23. Estructura física

Para lograr obtener este espacio físico se invertirá 40000,00 dólares en la construcción del lugar, valor determinado mediante proforma.

4.5.5. Requerimiento técnico del programa

Para que la capacitación se lleve a cabo se necesitará de varios recursos humanos y materiales o muebles que se detallan a continuación:

1 Recursos humanos

Cada programa de capacitación necesitará de los siguientes recursos humanos por lo que deberá realizar los siguientes gastos que incluyen IVA.

Tabla 35
Requerimiento de recursos humanos

| DESCRIPCIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR UNID |
|--------------------------------------|--------|----------|-------------|
| Director Administrativo y Financiero | Unid | 1 | 250 |
| Director Unidad Técnica | Unid | 1 | 250 |
| Facilitador | Unid | 1 | 1215 |
| Asistente de capacitación | Unid | 1 | 150 |
| Total recursos humanos | | | 1865 |

2 Recursos Materiales y otros

Para iniciar con la propuesta del programa de capacitación la empresa necesitará de varios equipos y materiales que se detallan a continuación los cuales pasarán a ser parte del Activo, además tendrá otros gastos proyectados de manera fija por capacitación.

Tabla 36
Requerimientos muebles y materiales

| DESCRIPCIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR UNIDAD | VALOR TOTAL | VALOR TOTAL |
|---|--------|----------|--------------|-------------|-------------|
| Equipos de computación | | | | | 2400 |
| Computadora completa | Unid | 1 | 800 | 800 | |
| Impresoras/escáner | Unid | 1 | 400 | 400 | |
| Proyector | Unid | 1 | 1200 | 1200 | |
| Equipos de Capacitación | | | | | 2800 |
| Muebles y Enseres | Unid | 30 | 80 | 2400 | |
| Escritorios | Unid | 1 | 180 | 180 | |
| Silla Ejecutiva | Unid | 1 | 120 | 120 | |
| Sillas Clientes | Unid | 4 | 25 | 100 | |
| Otros | | | | | 200 |
| Cafetería | Unid | 1 | 100 | 100 | |
| Utensilios | Unid | 10 | 10 | 100 | |
| <u>Total recursos materiales y muebles</u> | | | | | 5400 |

Requerimiento de efectivo para cubrir otros desembolsos o egresos que se darán con la actividad normal del programa.

Tabla 37
Requerimiento otros

| DESCRIPCIÓN | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR TOTAL | VALOR TOTAL |
|-------------------------------|--------|----------|-------------|-------------|
| Servicios Básicos | | | | 200 |
| Agua, luz, internet, telf. | | 200 | 200 | |
| Marketing y Publicidad | | | | 100 |
| Publicidad | | 100 | 100 | |
| Otros recursos | | | | 460 |
| Coffe break | 240 | 1,5 | 360 | |
| Hospedaje Facilitador | 4 | 25 | 100 | |
| <u>Total Varios</u> | | | | 760 |

4.6. Estructura financiera de la inversión

El proyecto necesita de la inversión Fija y Variable acorde al número de participantes, pero con base en el requerimiento mínimo de participantes que se estableció en la propuesta de capacitación el número será de 30 participantes y por consiguiente se determina solo tener inversión fija como Activos e Inversión fija como Costo o Gasto.

4.6.1. Inversión fija

4.6.1.1 Activos

Tabla 38
Inversión fija activos

| DESCRIPCIÓN | VALOR TOTAL |
|-------------------------------------|---------------|
| Total Infraestructura | 40.000 |
| Total recursos materiales y muebles | 5.400 |
| Total Inversión Fija Activos | 45.400 |

4.6.1.2 Costos y Gastos

Tabla 39
Inversión fija costos y gastos

| DESCRIPCIÓN | VALOR TOTAL |
|--|---------------------|
| Total recursos humanos | 1.865 |
| Total Varios | 760 |
| <u>Total Inversión Fija Costos y Gastos</u> | <u>2.625</u> |

4.6.2 Capital de trabajo

La empresa necesitará el 100% para cada capacitación como capital de trabajo que cubra las necesidades que se detallan a continuación.

Tabla 40
Capital de trabajo

| DESCRIPCIÓN | VALOR TOTAL |
|---------------------------------|---------------------|
| Honorarios Profesionales | 1.865 |
| Servicios Básicos | 200 |
| Marketing y Publicidad | 100 |
| Otros recursos | 460 |
| Total Capital de Trabajo | <u>2.625</u> |

4.6.3. Estructura de la inversión

La inversión requerida para la puesta en marcha de una capacitación asciende a 78.025,00 dólares, los socios aportarán el 69% y el otro 31% será financiado a través de una Institución Financiera.

Tabla 41
Estructura de la inversión

| ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN | INVERSIÓN | PARTICIPACIÓN PORCENTUAL |
|----------------------------|------------------|--------------------------|
| Inversión propia | 54.012,50 | 69% |
| Inversión Financiada | 24.012,50 | 31% |
| Total | 78.025,00 | 100% |

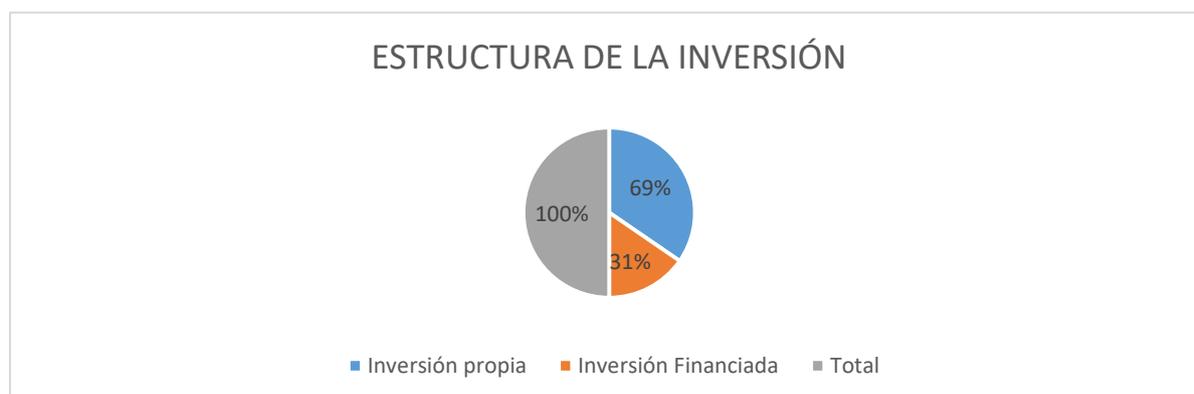


Gráfico 24. Estructura de la inversión

4.7 Análisis Estudio Técnico

Al realizar y analizar a detalle se ha determinado que la empresa JJG & Asociados necesitará de 78.025,00 dólares para que se dé la capacitación a los estudiantes, el 69% del capital será de inversión de los socios y el 31 % se lo financiará por medio de un crédito a 10 años, a una tasa de interés del 16,5%. En vista que la Institución Financiera requiere que la sociedad tenga garantías que respalden esta inversión y se pasará a Activos un terreno valorado en 30.000,00 dólares.

En el estudio de factibilidad se ha podido analizar los recursos necesarios tanto equipo de trabajo, muebles, materiales, infraestructura, entre otros; mismos que apoyarán al desarrollo adecuado del programa de capacitación.

Así también de acuerdo a la macro-localización se ha analizado mercado, infraestructura, seguridad y movilidad, los mismos que incrementarán la factibilidad de que los posibles participantes se decidan por el programa de capacitación contable y tributario y por ello se ha establecido que se realizará la construcción del establecimiento en un lugar estratégico que sea visible por la población ibarreña.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio económico financiero se da con la finalidad de identificar y evaluar los indicadores financieros como el VAN, TIR, PRI, BC y PE y así determinar si la aplicación del programa de capacitación será factible o no mediante la distribución adecuada de los valores que serán cuantificados en este capítulo.

5.1 Cantidad de ventas

Tabla 42
Ventas en Unidades

| DETALLE | UNIDAD DE MEDIDA | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 | PARTICIPACIÓN |
|----------------------------|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------------|
| Capacitaciones Tributación | Unidades | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50,% |
| Capacitaciones Contables | Unidades | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50,% |
| Total Ventas | Unidades | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 100% |

5.2 Precio de venta

Para proyectar el precio de venta del año 2017 se estableció el valor hora en 3,00 dólares. Para la proyección posterior se ha tomado como base el valor hora más la inflación de 1,73%. Una vez determinado el valor hora este es multiplicado por el número de horas de capacitación teniendo como resultado el precio de venta por cada capacitación valor incluido IVA.

Tabla 43
Cálculo del precio de ventas por participante

| DETALLE | UNIDAD DE MEDIDA | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
|---|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Horas de capacitación | Horas | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 |
| Valor Hora | Dólares | 3,00 | 3,05 | 3,10 | 3,16 | 3,21 |
| Total Precio de venta por capacitación | Dólares | 180,00 | 183,11 | 186,28 | 189,50 | 192,78 |

5.3 Ingresos proyectados Anual.

Los ingresos del programa fueron proyectados de manera anual, se multiplicó el precio de venta por cada capacitación por el número de participantes que es de 30, el cual se mantendrá constante durante todas las capacitaciones y años.

Tabla 44
Ingresos proyectados

| DETALLE | UNIDAD DE MEDIDA | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 | PARTICIPACIÓN |
|---|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| VENTAS | | | | | | | |
| Capacitaciones Tributación | Unidades | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| # Participantes | Unidades | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | |
| Horas de capacitación | Unidades | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | |
| Valor Hora | Dólares | 3 | 3,05 | 3,1 | 3,16 | 3,21 | |
| Total ingresos por Capacitaciones Tributarias | Dólares | 16200 | 16470 | 16740 | 17064 | 17334 | 50,00% |
| Capacitaciones Contables | Unidades | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| # Participantes | Unidades | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | |
| Horas de capacitación | Unidades | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | |
| Valor Hora | Dólares | 3 | 3,05 | 3,1 | 3,16 | 3,21 | |
| Total ingresos por Capacitaciones Contables | Dólares | 16200 | 16470 | 16740 | 17064 | 17334 | 50,00% |
| Total Ventas | Dólares | 32400 | 32940 | 33480 | 34128 | 34668 | 100% |

5.4 Egresos proyectados

Los Egresos proyectados son divididos en honorarios y otros, esto con el objetivo de tener por separado los egresos que son por servicios y los que son de otro tipo pero relacionados al programa de capacitación.

5.4.1 Gastos por Honorarios

En la proyección de los Gastos por honorarios se ha tomado como base el valor que se pagará a cada recurso humano, valor que incluye IVA, para los años posteriores al 2017 se proyecta con la inflación del 1,73%.

Tabla 45
Gastos Honorarios por años

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Gastos Honorarios | | | | | |
| Director Administrativo y Financiero | 1500 | 1526 | 1552 | 1579 | 1607 |
| Director Unidad Técnica | 1500 | 1526 | 1552 | 1579 | 1607 |
| Facilitador | 7290 | 7416 | 7544 | 7675 | 7808 |
| Asistente de Capacitación | 900 | 916 | 931 | 948 | 964 |
| Total Gastos Honorarios | 11190 | 11384 | 11581 | 11781 | 11985 |

5.4.2 Gastos Varios

Tomando como base los gastos varios durante el año 2017 valor que incluye IVA, se proyecta para los siguientes años con la tasa de inflación del 1,73 multiplicado por el número de 6 capacitaciones al año.

Tabla 46
Gastos varios

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Servicios Básicos | 1200 | 1221 | 1242 | 1263 | 1285 |
| Marketing y Publicidad | 600 | 610 | 621 | 632 | 643 |
| Otros recursos | 2760 | 2808 | 2856 | 2906 | 2956 |
| <u>Total Gastos Varios</u> | 4560 | 4639 | 4719 | 4801 | 4884 |

5.4.3 Gastos totales de operación

Tabla 47
Gastos totales de operación

| DESCRIPCIÓN | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Total Gastos Honorarios | 11190 | 11384 | 11581 | 11781 | 11985 |
| Total Gastos Varios | 4560 | 4639 | 4719 | 4801 | 4884 |
| Total Gastos de operación | 15750 | 16022 | 16300 | 16582 | 16869 |

5.5 Gastos financieros

En cuanto a la inversión se estima pagar el 16,50% de la tasa de interés de financiamiento por el valor de 24.012,50 a 10 años plazo mediante la siguiente tabla de amortización.

Tabla 48
Tabla de amortización

MÉTODO AMERICANO

| PERIODO | MONTO | CAPITAL | INTERES | CUOTA |
|--------------|--------|---------------|---------------|---------------|
| 0 | 24.013 | | | |
| 2017 | 22.914 | 1.099 | 3.962 | 5.061 |
| 2018 | 21.633 | 1.280 | 3.781 | 5.061 |
| 2019 | 20.142 | 1.492 | 3.569 | 5.061 |
| 2020 | 18.404 | 1.738 | 3.323 | 5.061 |
| 2021 | 16.380 | 2.024 | 3.037 | 5.061 |
| 2022 | 14.021 | 2.358 | 2.703 | 5.061 |
| 2023 | 11.274 | 2.747 | 2.314 | 5.061 |
| 2024 | 8.073 | 3.201 | 1.860 | 5.061 |
| 2025 | 4.344 | 3.729 | 1.332 | 5.061 |
| 2026 | - | 4.344 | 717 | 5.061 |
| TOTAL | | 24.013 | 26.598 | 50.610 |

5.6 Estados Financieros proyectados

5.6.1 Estado de Situación Financiera (Inicial)

Tabla 49

Estados Financiero inicial

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|-------------------------------------|----------------------|-----------------------------------|------------------------|
| CORRIENTES | | CORRIENTES | |
| Efectivo y Equivalentes de Efectivo | 2.625 | Proveedores | - |
| Bancos | | Sueldos por pagar | - |
| | | IESS por pagar | - |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | <u>2.625</u> | TOTAL PASIVO CORRIENTE | = |
| PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | | NO CORRIENTES | |
| Edificios | 40.000 | Préstamos Bancarios a largo plazo | 24.013 |
| (-)Depreciación | | Préstamos Socios | - |
| Muebles y Enseres | 2.800 | TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | <u>24.013</u> |
| (-)Depreciación | | | |
| Equipos de Computación | 2.400 | | |
| (-)Depreciación | | | |
| Terrenos | 30.000 | | |
| TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE | <u>75.200</u> | TOTAL PASIVO | <u>24.013</u> |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTE | <u>200</u> | PATRIMONIO | |
| | | Capital Social | 54.013 |
| | | Utilidades Retenidas | - |
| | | Reserva Legal | - |
| | | TOTAL PATRIMONIO | <u>54.013</u> |
| TOTAL ACTIVOS | <u>78.025</u> | TOTAL PASIVO PATRIMONIO | + <u>78.025</u> |

5.6.2 Estado de Resultados proyectado

Tabla 50

Estado de resultados proyectado

| DETALLE | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 | TOTAL |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ventas | 32.400 | 32.940 | 33.480 | 34.128 | 34.668 | 167.616 |
| Gastos de operación | 15.750 | 16.022 | 16.300 | 16.582 | 16.869 | 81.522 |
| Utilidad operacional | <u>16.650</u> | <u>16.918</u> | <u>17.180</u> | <u>17.546</u> | <u>17.799</u> | <u>86.094</u> |
| % Utilidad operacional | 51% | 51% | 51% | 51% | 51% | 51% |
| Interés ganado | 0 | 436 | 896 | 1.381 | 1.895 | 4.608 |
| Interés pagado | 3.962 | 3.781 | 3.569 | 3.323 | 3.037 | 17.672 |
| Utilidad antes impuestos y pt | <u>12.688</u> | <u>13.573</u> | <u>14.507</u> | <u>15.604</u> | <u>16.658</u> | <u>73.030</u> |
| 15% pt | 1.903 | 2.036 | 2.176 | 2.341 | 2.499 | 10.954 |
| Base cálculo de impuesto renta | 10.785 | 11.537 | 12.331 | 13.264 | 14.159 | 62.075 |
| 22% impuesto renta | 2.373 | 2.538 | 2.713 | 2.918 | 3.115 | 13.657 |
| Utilidad después de impuestos y pt | <u>8.412</u> | <u>8.999</u> | <u>9.618</u> | <u>10.346</u> | <u>11.044</u> | <u>48.419</u> |
| 10% reserva legal | 841 | 900 | 962 | 1.035 | 1.104 | 4.842 |
| Utilidad a disposición accionistas | <u>7.571</u> | <u>8.099</u> | <u>8.656</u> | <u>9.311</u> | <u>9.940</u> | <u>43.577</u> |

5.6.2 Flujo de caja proyectado

Tabla 51
Flujo de caja proyectado

| DETALLE | | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
|----------|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ingresos | | | | | | |
| | Ingresos por ventas | 32.400 | 32.940 | 33.480 | 34.128 | 34.668 |
| | Total de ingresos | <u>32.400</u> | <u>32.940</u> | <u>33.480</u> | <u>34.128</u> | <u>34.668</u> |
| Egresos | | | | | | |
| | Pago por gastos de operación | 15.750 | 16.022 | 16.300 | 16.582 | 16.869 |
| | Pago 15% pt | 1.903 | 2.036 | 2.176 | 2.341 | 2.499 |
| | Pago 22% impuesto a la renta | 2.373 | 2.538 | 2.713 | 2.918 | 3.115 |
| | Total de egresos | <u>20.026</u> | <u>20.597</u> | <u>21.189</u> | <u>21.840</u> | <u>22.482</u> |
| | Total ingresos | 32.400 | 32.940 | 33.480 | 34.128 | 34.668 |
| | Total egresos | 20.026 | 20.597 | 21.189 | 21.840 | 22.482 |
| | Flujo neto de caja | 12.374 | 12.343 | 12.291 | 12.288 | 12.186 |
| | Saldo inicial de caja | 2.625 | 2.670 | 2.717 | 2.764 | 2.811 |
| (+) | Flujo de caja sin financiamiento | 14.999 | 15.014 | 15.008 | 15.051 | 14.997 |
| (-) | Inversión | 7.268 | 14.940 | 23.020 | 31.580 | 40.551 |
| (+) | Recuperación capital | | 7.268 | 14.940 | 23.020 | 31.580 |
| (+) | Cobro de intereses | | 436 | 896 | 1.381 | 1.895 |
| (+) | Contratación de préstamo | | | | | |
| (-) | Pago de capital | 1.099 | 1.280 | 1.492 | 1.738 | 2.024 |
| (-) | Pago de interés | 3.962 | 3.781 | 3.569 | 3.323 | 3.037 |
| (-) | Saldo final de caja | <u>2.670</u> | <u>2.717</u> | <u>2.764</u> | <u>2.811</u> | <u>2.860</u> |
| | Resumen de intereses | | | | | |
| (+) | Interés ganado | 0 | 436 | 896 | 1.381 | 1.895 |
| (-) | Interés pagado | 3.962 | 3.781 | 3.569 | 3.323 | 3.037 |
| | Interés neto | -3.962 | -3.345 | -2.673 | -1.942 | -1.142 |
| | Flujo efectivo operacional | | | | | |
| | Utilidad antes de impuestos | 12688 | 13573 | 14507 | 15604 | 16658 |
| (+) | Depreciación | 3080 | 3080 | 3080 | 2280 | 2280 |
| (-) | Impuestos | 4276 | 4574 | 4889 | 5259 | 5614 |
| | Flujo efectivo operacional (feo) | 11492 | 12079 | 12698 | 12626 | 13324 |
| | Inversión | 78.025 | | | | |
| | Financiamiento o propio | 24.013 | 1099 | 1280 | 1738 | 2024 |
| | Flujo neto | 54.013 | 10393 | 10798 | 10888 | 11300 |

5.7 Evaluación económica y financiera

5.7.1 Tasa referencial para la inversión

La tasa mínima de rendimiento que el programa debe tener es del 18,23% que es la suma de la inflación más la tasa de interés que pagarían por el financiamiento.

5.7.2 Cálculo del VALOR ACTUAL NETO

Se procedió al cálculo del Valor Actual Neto. Para ello se tomó los flujos netos de los 5 años de operación del programa, elevados a una tasa pasiva del 18,23% y a ello se resta la inversión inicial financiada de 24.013,00

Según Baca Urbina, Gabriel la fórmula del VAOR ACTUAL NETO es la siguiente:

$$\text{De donde: } VNA = -II + \frac{\sum EE}{(1+r)^n}$$

VNA = Valor Actual Neto

II = Inversión Inicial (Capital Inicial o propio)

E.E = Sumatoria de las Entradas de Efectivo

r = Tasa Mínima de Rendimiento

n = Horizonte de la inversión

$$VNA = -24.012,50 + \frac{10.393,00}{(1+0,1823)^1} + \frac{10.798,00}{(1+0,1823)^2} + \frac{11.207,00}{(1+0,1823)^3} + \frac{10.888,00}{(1+0,1823)^4} + \frac{11.300,00}{(1+0,1823)^5}$$

$$VNA = -24.012,50 + 33.760,33$$

$$VNA = 9.748,00$$

El Valor Actual Neto es positivo, esto demuestra que el programa va a ser rentable debido a que el valor de los flujos proyectados muestra ser considerables al año 2017.

5.7.3 Cálculo de la TASA INTERNA DE RETORNO

Para obtener la tasa interna de retorno se sumaron los flujos de los 5 años y se restó la inversión inicial financiada. Con ello obtuvimos la tasa del 35% la cual es muy confiable, se

pudo evidenciar que este programa será rentable al tener una tasa mayor a la suma de las tasa de financiamiento e inflación.

Tabla 52
Cálculo del TIR

| DETALLE | INVERSIÓN | AÑO 2017 | AÑO 2018 | AÑO 2019 | AÑO 2020 | AÑO 2021 |
|------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Flujo neto | -24.013 | 10.393 | 10.798 | 11.207 | 10.888 | 11.300 |

TIR= 35%

5.7.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El proyecto de la puesta en marcha de un programa de capacitación por parte de la empresa JJG & ASOCIADOS, es sumamente atractivo y la inversión financiada se recuperará en 2 años, 91 días.

Tabla 53
Cálculo del PRI flujos anuales

| AÑOS | DETALLE | VALORES |
|--------------|----------------|---------------|
| 1 | Financiamiento | 10.393 |
| 2 | Financiamiento | 10.798 |
| 91 | Días | 2.821 |
| Total | | 24.013 |

5.7.5 Relación beneficio costo

Para determinar el BENEFICIO COSTO se utilizó la fórmula de relación beneficio costo, la que se obtiene de dividir el valor actualizado de los ingresos para el valor actualizado de los egresos.

Según la fórmula de Baca Urbina, Gabriel:

$$\text{Beneficio/Costos} = \frac{\text{VNA INGRESOS}}{\text{VNA EGRESOS}}$$

Tabla 54
Cálculo del B/C por la determinación de ingresos y gastos actualizados

| AÑOS | INGRESOS | EGRESOS | Factor de actualización $1*(1+r)^{-n}$ | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
|--------------|-----------------------|-----------------------|--|--------------------------|-------------------------|
| 0 | | 24.013 | 1,00 | 0 | 24.013 |
| 2017 | 32.400 | 20.026 | 0,85 | 27.404 | 16.938 |
| 2018 | 32.940 | 20.597 | 0,72 | 23.565 | 14.735 |
| 2019 | 33.480 | 21.189 | 0,61 | 20.258 | 12.821 |
| 2020 | 34.128 | 21.840 | 0,51 | 17.466 | 11.178 |
| 2021 | 34.668 | 22.482 | 0,43 | 15.007 | 9.732 |
| TOTAL | <u>167.616</u> | <u>106.133</u> | | <u>103.701</u> | <u>89.416</u> |

$$\text{Beneficio/Costos} = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}} = \frac{103.701,00}{89.416,00} = 1,16$$

El programa es factible ya que sus ingresos alcanzan a cubrir 1,16 veces a sus egresos.

5.7.6 Punto de equilibrio

Determinación del punto de equilibrio en unidades y en dólares, mediante las siguientes ecuaciones:

$$PEu = \frac{CF}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = PEu * Pvu$$

Dónde:

PEu= Punto de Equilibrio en unidades

CF= Costos y Gastos Fijos

Pvu= Precio de venta unitario

PE= Punto de Equilibrio en dólares

Pero antes de esto se identificó el costo variable mediante el siguiente cálculo:

Tabla 55
Costos Fijos por capacitación

| DESCRIPCIÓN | COSTOS FIJOS |
|--|--------------|
| Director Administrativo y Financiero | 250 |
| Director Unidad Técnica | 250 |
| Facilitador | 1215 |
| Asistente de capacitación | 150 |
| Servicios básicos | 200 |
| Publicidad | 100 |
| Hospedaje Facilitador | 100 |
| Coffe Break | 360 |
| Total Costos Fijos por capacitación | 2625 |

Punto de equilibrio unidades y dólares

Unidades

$$PEu = \frac{CF}{Pvu - Cvu}$$

$$PEu = \frac{2.625,00}{180,00 - 0,00}$$

$$PEu = 14,58$$

Dólares

$$PE = PEu * Pvu$$

$$PE = 15 * 180,00$$

$$PE = 2.700,00$$

5.8 Análisis Estudio Económico y Financiero

El estudio Económico y Financiero se realizó con el objetivo de cuantificar los resultados del proyecto llamado programa de capacitación, mismo que se realizó de manera estructurada y en el que se materializó las Ventas, Costos y Gastos por medio de un estado de resultados y un flujo de caja. Para luego identificar los indicadores financieros que ayudan a determinar la factibilidad del programa de capacitación.

Para alcanzar los resultados esperados se proyecta realizar 6 capacitaciones con unas ventas estimadas de 32.400,00 dólares y con unos Gastos de 15.750,00 dólares, con ello una utilidad operacional de 16.650,00 dólares. Este valor siempre y cuando los participantes sean 30 personas. A un precio de venta de 180,00 dólares por cada programa de capacitación.

Posteriormente se obtuvo el valor actual neto de 9.748,00 positivo, esto significa que el programa devolvería un valor de flujos a esta fecha representativo de manera positivo, y así

siendo atractivo para la empresa la puesta en marcha del programa de capacitación. Adicional se verifico que la inversión inicial financiada de 24.012,50 dólares, misma que será recuperada en 2 años 91 días. La tasa Interna de Retorno bastante coherente con el VAN con el 35%. Además el Costo Beneficio de todos los flujos de ingresos y egresos actualizados justifica la inversión quedando en 1,16 con esto queremos decir que tendría 1,16 veces para pagar sus egresos.

Para que el programa sea evidentemente rentable se debe proyectar el crecimiento constante ya que la empresa ha dispuesto que cada año fuera generando los programas hacia los estudiantes y posteriormente en estas capacitaciones pudieran participar profesionales que vayan titulándose durante los años.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. Estructura organizacional del proyecto

6.1.1. Nombre de la empresa

La empresa denominada “JJG & Asociados”, brinda servicios de Asesoría Contable, Tributaria, Laboral y Financiera. Y tiene su estructura definida con la que pretende incrementar sus servicios al de capacitación.



J J G & ASOCIADOS

ASESORÍA CONTABLE, TRIBUTARIA Y FINANCIERA

OFRECEMOS:
DECLARACIONES DE IVA MENSUAL Y SEMESTRAL
DECLARACIONES DE IMPUESTO A LA RENTA
SERVICIOS RELACIONADOS CON:
IESS, SRI Y MINISTERIO DE TRABAJO
CAPACITACIÓN
TRIBUTARIA, LABORAL Y CONTABLE
EVALUACIÓN FINANCIERA

Gráfico N° 25 Publicidad

6.1.2. Propuesta administrativa

1. Objetivos de la propuesta

Ofertar una alternativa en el servicio de capacitación en el área contable y tributaria, de esta manera ser un aliado para los participantes.

Crecer en el mercado a través del servicio eficiente y de calidad.

2 Estrategias

Para cumplir con los objetivos de la propuesta la empresa ha establecido estrategias que se detallan a continuación.

2.1. Estrategias de diferenciación

Diferenciarnos por los servicios prestados, generando un valor agregado a nuestro servicio de capacitación.

2.2. Servicio de post-venta

Establecer seguimiento y comunicación con el participante después de haber brindado el servicio de capacitación, entregar boletines vía electrónica que permitan estar actualizados y tener conocimiento de los próximos eventos.

2.3. Estrategias de Alianzas

Establecer alianzas con organizaciones y o entidades que permitan mejorar nuestros servicios de capacitación. Contratar los mejores facilitadores que aporten al conocimiento de los participantes.

2.4. Estrategias de crecimiento

Buscar servicios complementarios que afiancen el servicio de capacitación.

2.5. Estrategia de precio diferenciado

Establecer convenios que permitan reducir el precio a los participantes y diferenciarnos de la competencia.

2.6. Estrategia de Servicios

Brindar servicio oportuno que permita al participante aplicar lo aprendido.

3. Misión

“Contribuir al desarrollo de las personas y empresas a través de nuestro servicio profesional de asesoría y capacitación contable, tributaria, laboral y financiero.”

4. Visión

“Ser reconocido a nivel provincial en un periodo de 5 años e identificados por nuestros servicios de excelencia; generar un valor agregado y estar a la par de las actualizaciones legales contables, tributarias, laborales y financieras.”

5. Principios y valores que nos identifican

La empresa, accionistas y todos sus colaboradores estarán regidos bajos los siguientes principios:

Ética profesional

Formación profesional

Carácter Profesional

Vocación

Orientación Profesional

Responsabilidad

Disciplina

Integridad

6. Políticas

Para que el proyecto se desarrolle de manera sostenida en el tiempo se establecen como condiciones los siguientes enunciados.

1. Conocimiento.- Conocer profundamente del tema a capacitar.
2. Direccionar al cliente.- No divagar establecer de manera sencilla pero con soluciones efectivas los problemas presentados por los clientes.
3. Capacitación.- Accionistas y personal que laboren en la empresa estarán en constante capacitación e investigación, solo el conocimiento garantiza el crecimiento.
4. Atención al cliente.- Cada cliente que reciba nuestros servicios será un cliente satisfecho.
5. Confidencialidad y Veracidad.- La empresa garantizará que la información presentada por los participantes, capacitadores, proveedores y accionistas sea guardada con absoluta reserva y verificada para comprobar su veracidad aplicará lo siguiente:

Fomentará la reserva de información entre sus socios y empleados.

Respaldará la información

Solicitará información exclusiva para uso de la empresa no más de la que necesite.

7. Control Interno.- La empresa realizará de manera estratégica control a todos los programas o cuentas que crea tener mayor importancia, injerencia o riesgo en el resultado normal de la empresa por la aplicación del programa de capacitación.

Eficacia y Eficiencia en las operaciones

Para determinar si el resultado esperado es correcto se aplicará una valoración que va del 1 al 5 según aplique las condiciones que se detallan.

Tabla 56
Cuantificación de la eficacia y eficiencia

| | | | | |
|-------------|------------|------|-----------|--------------|
| RESULTADO | 101 A 105% | 100% | 99% A 95% | MENOR AL 95% |
| CALIFICADOR | 4 | 3 | 2 | 1 |

Tabla 57
Determinación de actividades a realiza

| CALIFICADOR | RESULTADO | CONCLUSIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR |
|-------------|-----------------------------------|---|
| 1 | No es ni eficaz ni eficiente | Necesita revisión urgente y planificar estrategias de ventas |
| 2 | No es ni eficaz pero si eficiente | Necesita revisar las estrategias de ventas aplicadas y el cumplimiento |
| 3 | Es eficaz y pero no eficiente | Se mejoraron los resultados esperados |
| 4 | Es eficaz y eficiente | Se cumple ampliamente las expectativas , verificar las estrategias de ventas y potenciarlas |

Para valorar correctamente los bienes se identificará a cada bien con un valor y código, mismo que será custodiado por un responsable.

Se llevará a cabo un control físico de bienes y espacio físico.

Se valorará cada año los Activos.

6.1.3. Organización y funcionalidad

1. Organigrama estructural de JJG & Asociados

EMPRESA JJG & ASOCIADOS

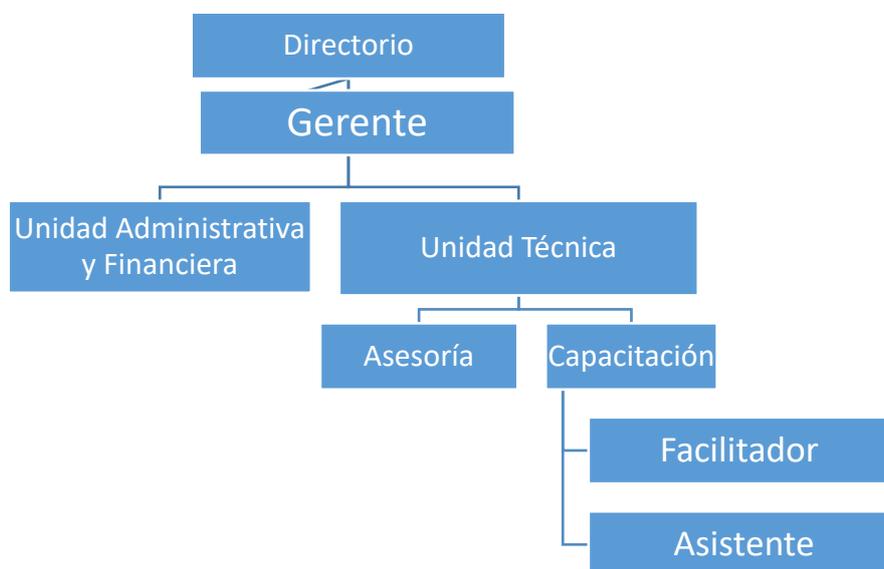


Gráfico 26. Organigrama estructural

2. Conocimiento de la empresa.

JJG & Asociados es fundada el 01 de Octubre del 2015, con 3 socios fundadores y un capital suscrito y pagado de 800,00 dólares, con residencia en Ibarra, la Sociedad se encuentra controlada por la Superintendencia de Compañías, El Servicio de Rentas Internas, El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, El Ministerio de Trabajo, el Municipio de Ibarra y demás órganos reguladores de Ibarra. Adicional su Directorio conformado por los tres socios.

Directorio

Miembros del directorio

Esteban Jácome

Patricio Jácome

Jonathan Jácome

Funciones del Directorio

Reunirse con frecuencia para tratar temas de interés y aprobar Estados Financieros de la empresa.

Velar por el correcto funcionamiento de la empresa.

Nombrar al Representante legal de la empresa.

Cumplir y hacer cumplir las disposiciones tomadas en reuniones.

Gerente General

El sr Esteban Jácome fue nombrado Gerente General de la empresa con número de resolución RDIRECT00012015 en Junta del Directorio.

Funciones del Gerente

Representar a la empresa en actos jurídicos y ante órganos de control.

Realizar actos de administración y gestión.

Ejecutar planes aprobados por el Directorio.

Celebrar y firmar contratos a nombre de la empresa.

Informar al directorio sobre la administración.

Dirección Administrativa y Financiera

La dirección administrativa y financiera se encuentra bajo el control y dirección del Sr Jonathan Jácome quien tiene las siguientes funciones.

Funciones del Director Administrativo y Financiero

Administrar los recursos de la empresa.

Controlar los recursos de la empresa.

Disponer previa autorización de Gerencia del uso de los recursos.

Preparar informes económicos para la toma de decisiones.

3. Niveles de jerarquía y simbología del programa

La empresa determinó que de acuerdo al tamaño del proyecto deben existir tres tipos de niveles, jerarquía y simbología que establecen la comunicación directa entre ellos, adicional dos niveles complementarios que son de alto mando.

3.1. Nivel de Dirección

El proyecto tendrá 3 niveles de comunicación que se detallan:

Nivel: Dirección

Cargo: Director del programa

Funciones:

Planificar de manera estratégica las actividades que la organización debe seguir en la búsqueda de los objetivos Institucionales, basados en el programa de capacitación.

Crear estrategias de comercialización que no afecten el presupuesto de capacitación.

Generar incentivos o descuentos a los posibles participantes que estén dentro de lo posible y que no afecten al presupuesto.

Buscar nuevas fuentes o mercados que necesiten de capacitación.

Organizar y Diseñar la estructura del programa de capacitación, asignar funciones y responsabilidades a niveles bajo su responsabilidad.

Organizar tiempos, recursos, medios y todo lo que se requiera para llevar a cabo los programas de capacitación.

Diseñar una estructura organizacional y dar a conocer las responsabilidades y funciones a cada profesional involucrado con el objetivo de evitar contratiempos por desconocimiento.

Dirigir y liderar al personal en búsqueda de los objetivos del programa.

Dirigir y liderar correctamente al personal que este a su cargo, asignar a cada uno sus funciones y dar seguimiento a cada una de ellas.

Controlar y Decidir sobre actividades y recursos del programa.

Ejecutar y Analizar presupuestos del programa de capacitación

3.2 Nivel: Asesoría

Cargo: Asesor/Capacitador

Funciones:

Asesorar o capacitar a los participantes en el ámbito legal tributario y o contable.

Resolver inquietudes que los participantes hayan tendido antes de tomar el programa de capacitación.

Mejorar y fortalecer el conocimiento de los participantes.

Utilizar herramientas que sean conocidas y apoyarse en ellas para que las y los participantes tengan un mejor entendimiento de la capacitación.

Formular estrategias de capacitación.

Cumplir con el cronograma, tiempos y demás responsabilidades del programa de capacitación.

3.3 Nivel: Asistencia o Apoyo

Cargo: Asistente

Funciones:

Asistir a Director y Facilitador.

Apoyar en las actividades que tengan relación a los programas de capacitación.

Organizar y dar apoyo logístico a los programas de capacitación.

Asistir al facilitador en la preparación de material didáctico que vaya a utilizarse.

Participar en el arreglo de salón o equipos, ayudas audiovisuales que se requieran.

Documentar procesos de capacitación.

Documentar mediante una base de datos que se pueda ir generando con información de las y los posibles clientes que requieren información.

Dar seguimiento a los posibles clientes o participantes.

Documentar inscripciones.

Documentar Asistencia y cualquier tipo de calificación que el Facilitador de a cada participante.

Documentar la entrega de certificados a quienes hayan aprobado la capacitación.

Registrar información solicitada por Dirección y Facilitador.

Acompañamiento a los participantes según requieran.

4. Simbología estructura JJG&Asociados

Como simbología se estableció lo siguiente:

Tabla 58
Simbología

| SIMBOLOGÍA | SIGNIFICADO |
|---|---|
|  | Comunicación directa, apoyo inmediato a su nivel superior |
|  | Niveles de jerarquía |

5. Funciones e identificación de puestos

Tabla 59

Funciones e identificación de puestos

| CARGO | DIRECTOR DE PROGRAMA |
|--------------|---|
| Funciones | <p>Representar a la empresa como responsable del programa de capacitación Planificar organizar y diseñar programa de capacitación. Dirigir, liderar al personal y controlar las actividades del programa de capacitación. Cumplir con el presupuesto de ventas , diseñar un plan de mercado y cumplirlo.</p> |
| Requisitos | <p>Instrucción: Título de tercer nivel en Contabilidad, Administración, Economía o afines. Experiencia: 3 años administrando negocios, ventas , asesoría, contabilidad y auditoría Capacitación: Fianzas, Contabilidad, Tributación o Derecho laboral. Competencias Conductuales: Autocontrol, Trabajo en equipo, Liderazgo, Asertividad, Integridad. Competencias Técnicas: Solución de problemas y Análisis Financiera.</p> |

Tabla 60

Funciones e identificación de puestos

| CARGO | FACILITADOR |
|--------------|---|
| Funciones | <p>Asesorar y capacitar a los participantes. Brindar un servicio de calidad y de excelencia. Coadyuvar a que el presupuesto de ventas sea cumplido</p> |
| Requisitos | <p>Instrucción: Título de tercer nivel en Contabilidad, Administración, Economía o afines. Experiencia: 3 años administrando negocios, asesoría, contabilidad o auditoría. Capacitación: Fianzas, Contabilidad, Tributación o Derecho laboral. Competencias Conductuales: Autocontrol, Trabajo en equipo, Liderazgo, Asertividad, Integridad. Competencias Técnicas: Solución de problemas y Análisis Financiera.</p> |

Tabla 61

Funciones e identificación de puestos

| CARGO | ASISTENTE |
|--------------|---|
| Funciones | <p>Asistir en funciones a director y facilitador. Apoyo en actividades de oficina y requeridas Apoyo y dirección a los participantes. Instrucción: Título de bachiller en Contabilidad, Administración, Economía o afines.</p> |
| Requisitos | <p>Experiencia: 6 meses en asistencia de oficina, secretaria, auxiliar contable. Capacitación: Fianzas, Contabilidad, Tributación o Derecho laboral, Excel avanzado. Competencias Conductuales: Autocontrol, Trabajo en equipo, Liderazgo, Asertividad, Integridad. Competencias Técnicas: Solución de problemas y Análisis Financiera.</p> |

6.1.4 Análisis Estudio Organizacional

La estructura organizacional se la realizo directamente al programa de capacitación Contable y Tributaria dirigido a los estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría de las Universidades de Ibarra, ya que la empresa tiene diseñada su estructura, pero existía la necesidad de elaborar una propuesta organizacional que se pueda dar al programa tan solo con los recursos humanos necesarios y así minimizar los costos y maximizar el tiempo de aprovechamiento por cada personal que vaya a ser parte del programa. Con este antecedente se pudo definir los recursos humanos necesarios para alcanzar los objetivos y metas planteados, así también direccionarnos a la Misión y Visión con la cual se identifica la empresa JJG & Asociados, además de ello se diseñó el perfil de cada uno de los profesionales que prestarán servicios en este programa y las funciones que deberían desempeñar todos los actores.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

Para evaluar los posibles impactos se aplicará la calificación según detalle que se adjunta:

Tabla 62
Calificación de impactos

| DETALLE | VALORACIÓN |
|-------------|------------|
| Alto | (+-)3 |
| Medio | (+-)2 |
| Bajo | (+-)1 |
| Indiferente | 0 |

7.1. Impacto socio-económico

Tabla 63
Impacto socio-económico

| INDICADORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---------------------------------------|----|----|----|---|---|---|----|
| Empleo | | | | | | | X |
| Efecto multiplicador | | | | | | | X |
| Ingreso | | | | | | | X |
| Calidad de vida | | | | | | | X |
| Total =12/4 = 3 Impacto alto positivo | | | | | | | 12 |

El impacto socio-económico es alto, ya que evidencia que todos los indicadores calificados han sido evaluados de manera significativa para que el programa genere un efecto multiplicador en la sociedad, pues al estar los estudiantes o profesionales capacitados generan una mayor ganancia para la persona que se capacita, su familia y la sociedad ya que brinda mayor tranquilidad y seguridad de obtener un empleo y por ende mejores ingresos.

7.2. Impacto educativo-cultural

Tabla 64

Impacto educativo-cultural

| INDICADORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---------------------------------------|----|----|----|---|---|---|----|
| Conocimientos | | | | | | | X |
| Cultura | | | | | | | X |
| Profesión | | | | | | | X |
| Competitividad | | | | | | | X |
| Total =12/4 = 3 Impacto alto positivo | | | | | | | 12 |

El impacto educativo-cultural es alto, este es considerado como el pilar del proyecto ya que demostrará que a mayor capacitación mejores posibilidades de tener una sociedad con cultura, competitiva y que haga lo que la ley menciona, que el profesional tenga un mejor conocimiento antes de salir al campo laboral y que este campo sea altamente competitivo y esto a su vez afectará positivamente a la sociedad y a la profesión para que sean bien vistos ante ellos.

7.3. Impacto ético

Tabla 65
Impacto ético

| INDICADORES | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---------------------------------------|----|----|----|---|---|---|----|
| Responsabilidad | | | | | | | X |
| Transparencia | | | | | | | X |
| Puntualidad | | | | | | | X |
| Competencia leal | | | | | | | X |
| Total =12/4 = 3 Impacto alto positivo | | | | | | | 12 |

El impacto ético es alto ya que con las capacitaciones se pretende establecer un mayor conocimiento legal y por ende actuar al margen de la ley y con principios éticos y morales..

7.4 Impacto total

Se evaluó el impacto total para determinar cuál sería la afectación, tomando en cuenta los tres impactos.

Tabla 66
Impacto total

| IMPACTOS | VALORIZACIÓN CUANTITATIVA |
|--------------------|-------------------------------|
| Socio-económico | 3 |
| Educativo-cultural | 3 |
| Ético | 3 |
| Total | 9/3 = 3 Impacto alto positivo |

7.5 Análisis Estudio de Impactos

Impacto Socio-Económico, se pudo evidenciar mediante la cuantificación y cualificación del posible impacto que la realización de un programa de capacitación es positivo para la Sociedad pues ayudará a los futuros profesionales a mejorar sus conocimientos y por

medio de ello generen una mayor oportunidad para sus vidas, las de su familia y a la vez ser el efecto multiplicador en la sociedad

Impacto Educativo-Cultural, el impacto es alto positivamente, pues evidencia que el participante de los programas de capacitación mejora sus conocimientos, por ende su cultura de aprendizaje y competitividad crecerá.

Impacto Ambiental, la puesta en marcha del programa de capacitación no evidencia repercusión negativa hacia el medio ambiente en general etc. Pues el servicio que se brindará es intangible y no demandará de la utilización de programas que impliquen elaborar algún tipo de plan medio-ambiental, además que se pretende reutilizar materiales de oficina como hojas.

Impacto Ético es positivo, evidencia que a mayor conocimiento, mayor cultura, mayor significado de las cosas y mayor responsabilidad.

En este último capítulo se pudo medir y cuantificar los impactos que tendría el programa de capacitación en los estudiantes, sociedad y familias. Se llegó a la conclusión que no tendría ningún tipo de perjuicio para ellos más bien generaría un impacto positivo alto para que tengan una mejor prospectiva de vida.

CONCLUSIONES

En el diagnóstico situacional se pudo evidenciar que el 65% de los encuestados saben de la existencia de Centros de Capacitación en temas Contables y Tributarios con residencia en la ciudad de Ibarra, de este porcentaje el 32% nombró al Colegio de Contadores de Imbabura. A pesar que el 65% conoce de Centros de Capacitación tan solo el 25% de los encuestados mencionaron haber tomado algún tipo de capacitación durante los años 2015-2016, dejando el 75% de los estudiantes la capacitación a un lado por Costos y Horarios.

Se realizó la recolección de definiciones y se conceptualizo diversas definiciones para mejorar el entendimiento que el investigador necesita para continuar con la investigación.

En el capítulo tres se continuó con la tabulación, medición y análisis de la información obtenida del estudio de campo y con ello se llegó a las siguientes conclusiones; La ciudad de Ibarra cuenta con cuatro universidades que ofertan la Carrera de Contabilidad y Auditoría con una población de 1430 estudiantes y una muestra de 303. Aquí el 59% determinó tener interés en capacitarse en temas Tributarios, mientras que el 41% en temas Contables. En la evaluación de otras preguntas se pudo llegar a la conclusión que el 63% de los estudiantes requieren capacitarse y muestran interés en que se les informe sobre las posibles capacitaciones que se puedan ejecutar.

En el estudio técnico, La empresa determinó que se necesita un capital de trabajo pequeño de 2.625,00 el cual sería para poner en marcha el programa de capacitación.

Continuamos con el capítulo cinco en el que se realizó la evaluación económica y financiera, mediante el análisis de los indicadores VAN, TIR, PRI y BC y se estableció el PE en Unidades y Dólares. Todos los indicadores fueron positivos para que el programa sea rentable, el VNA

de 9.748,00 la TIR de 35%, el PRI en 2 años y 91 días, el BC 1,16 y los Puntos de equilibrio, en unidades con 15 participantes y en dólares con 2.625,00 por capacitación.

Se estableció la estructura organizacional necesaria para que el programa se lleve a cabo y así también los perfiles de los profesionales que prestarían los servicios.

Se evaluó los posibles impactos que podrían generarse si el programa de capacitación se llevará a cabo el cual fue positivo alto que esto implica que apoyaría circunstancialmente hacia la sociedad, familia y al estudiantes de manera directa.

RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta que una gran mayoría de estudiantes conocen de centros de capacitación contable y tributaria, pero a pesar de ello no han recibido capacitación alguna, debido al costo y horarios, se recomienda realizar un análisis exhaustivo con el fin de establecer costo y horario de acuerdo a la accesibilidad de los posibles participantes.

Analizar las respuestas emitidas por cada uno de los encuestados y realizar programas de acuerdo a sus necesidades y exigencias.

La construcción de la infraestructura se la debe realizar en un lugar que sea de fácil accesibilidad, con seguridad para los clientes, para que de esta manera asegure la factibilidad de que los clientes opten por tomar capacitaciones en la empresa JJG & Asociados.

Para que el programa sea evidentemente factible se debe proyectar el crecimiento constante, ya que la empresa está direccionada en primera instancia a los estudiantes y en un futuro se espera que se extienda a profesionales ya titulados y que ejerzan su carrera.

Realizar un análisis detenidamente de los perfiles de los profesionales que apoyarán en la capacitación, así también del personal de apoyo del capacitador.

BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

Bibliografía

BRAVO SANTILLAN, M. d., LAMBRETON TORRES, V., & MAQUÉZ GONZÁLES, H. (2010). Introducción a las Finanzas. En M. d. BRAVO SANTILLAN, V. LAMBRETON TORRES, & H. MAQUÉZ GONZÁLES, *Introducción a las Finanzas*. México: Pearson, Educación.

CHILQUINGA, M. (2007). Contabilidad de Costos. En M. Chilquinga, *Contabilidad de Costos*. Pichincha: Camara Ecuatoriana del Libro .

DA SILVA, R. O. (2012). Teorias de la Administración. En R. O. DA SILVA, *Teorias de la Administración*. España: Thomson International.

KLOTTER, P. (2008). Principios de Marketing. En P. KLOTTER, *Principios de Marketing*. Casa del Libro.

ORIOL, A. (2012). Contabilidad y Finanzas para Dummies. En A. ORIOL, *Contabilidad y Finanzas para Dummies*. Barcelona: Grupo Planeta .

POSSO, M. A. (2008). La Investigación Científica. En M. A. POSSO, *La Investigación Científica*. Ibarra.

RANDALL. (15 de Octubre de 2015). <http://www.promonegocios.net/>. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/>: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

RIVERA, J., & HERNANDEZ, C. (2007). Marketing financiero. En J. RIVERA, *Marketing financiero*. Esic.

TROYA JARAMILLO, J. V. (2014). Manual de Derecho tributario. En J. V. TROYA JARAMILLO, *Manual de Derecho tributario*.

Linkografía

BACA. (15 de Octubre de 2015). <http://e-tecnico.webnode.es/>. Obtenido de <http://e-tecnico.webnode.es/>: <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

BRAVO SANTILLAN, M. d., LAMBRETON TORRES, V., & MAQUÉZ GONZÁLES, H. (2010). Introducción a las Finanzas. En M. d. BRAVO SANTILLAN, V. LAMBRETON TORRES, & H. MAQUÉZ GONZÁLES, *Introducción a las Finanzas*. México: Pearson, Educación.

CEPAL. (18 de Octubre de 2015). <http://guia.oitcinterfor.org/>. Obtenido de <http://guia.oitcinterfor.org/>: <http://guia.oitcinterfor.org/conceptualizacion/que-se-entiende-evaluacion-impacto>

CHILQUINGA, M. (2007). Contabilidad de Costos. En M. Chiliquinga, *Contabilidad de Costos*. Pichincha: Camara Ecuatoriana del Libro .

CONSEJO DE LA JUDICATURA. (15 de Agosto de 2015). <http://www.funcionjudicial.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.funcionjudicial.gob.ec/>: <http://www.funcionjudicial.gob.ec/www/pdf/resoluciones/2014cj/040-2014.pdf>

DA SILVA, R. O. (2012). Teorías de la Administración. En R. O. DA SILVA, *Teorías de la Administración*. España: Thomson International.

DESCRIPTION. (12 de Diciembre de 2015). <http://www.crecenegocios.com/>. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/>: <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

H CONGRESO NACIONAL. (17 de Octubre de 2015). <http://www.industrias.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/>: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>

H CONGRESO NACIONAL, H. (01 de 08 de 2015). <http://www.supercias.gob.ec/portal/>.

Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>:

<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

HERNANDEZ, D. (s.f.). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*.

IESS, I. E. (18 de Octubbre de 2015). <https://www.iess.gob.ec/>. Obtenido de

<https://www.iess.gob.ec/>:

https://www.iess.gob.ec/documents/10162/33701/Ley_de_Seguridad_Social.pdf

INEC, I. N. (01 de Agosto de 2015). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

JESÚS, F. (2010). *TECNICAS DE LA INVESTIGACIÓN*.

KLOTTER, P. (2008). Principios de Marketing. En P. KLOTTER, *Principios de Marketing*. Casa del Libro.

LOPEZ, N., & SANDOVAL, I. (s.f.). *METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION*.

MELLO, H. (25 de Junio de 2014). <http://www.antonioante.gob.ec/>. Obtenido de

<http://www.antonioante.gob.ec/>: <http://www.fabricaimbabura.gob.ec/index.php/resena-historica>

ORIOLO, A. (2012). Contabilidad y Finanzas para Dummies. En A. ORIOLO, *Contabilidad y Finanzas para Dummies*. Barcelona: Grupo Planeta .

PETERSON, J. (17 de Octubre de 2015). *www.noaesthetic.com*. Obtenido de *www.noaesthetic.com*: <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura.html>

POSSO, M. A. (2008). La Investigación Científica. En M. A. POSSO, *La Investigación Científica*. Ibarra.

PROPERTY, P. (16 de Diciembre de 2015). <http://www.ehowenespanol.com/>. Obtenido de <http://www.ehowenespanol.com/>: http://www.ehowenespanol.com/definicion-del-costo-promedio-ponderado-del-capital-info_538270/

RANDALL. (15 de Octubre de 2015). <http://www.promonegocios.net/>. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/>: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

RIVERA MARTINEZ Y HERNANDEZ CHAVEZ. (08 de 01 de 2017). <http://megabuscador.com.mx/wp-content/uploads/2016/07/Administracion-de-proyectos.pdf>. Obtenido de <http://megabuscador.com.mx/wp-content/uploads/2016/07/Administracion-de-proyectos.pdf>: <http://megabuscador.com.mx/wp-content/uploads/2016/07/Administracion-de-proyectos.pdf>

RIVERA, J., & HERNANDEZ, C. (2007). Marketing financiero. En J. RIVERA, *Marketing financiero*. Esic.

ROBBINS, L. (10 de 01 de 2017). <http://definicion.de/economia/>. Obtenido de <http://definicion.de/economia/>: <http://definicion.de/economia/>

SANCHEZ SANTAMARÍA, J. (01 de Octubre de 2015). <http://www.sociedadelainformacion.com/>. Obtenido de

<http://www.sociedadelainformacion.com/>:

<http://www.sociedadelainformacion.com/25/investigacion.pdf>

SANDHUSEN. (15 de Septiembre de 2015). <http://www.promonegocios.net/>. Obtenido de

<http://www.promonegocios.net/>: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>

SAPAG CHAIN, N. (Octubre de 15 de 2015). <http://www.freelibros.org/>. Obtenido de

<http://www.freelibros.org/>: <http://www.freelibros.org/administracion/proyectos-de-inversion-formulacion-y-evaluacion-2da-edicion-nassir-sapag-chain.html>

SRI, S. d. (01 de 11 de 2016). <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>. Obtenido de

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc-y-rise>

SRI, S. d. (15 de Noviembre de 2016). <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>. Obtenido de

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/bases-legales>

TROYA JARAMILLO, J. V. (2014). Manual de Derecho tributario. En J. V. TROYA JARAMILLO, *Manual de Derecho tributario*.

VAQUIRO, J. (17 de Diciembre de 2015). <http://www.pymesfuturo.com/>. Obtenido de

<http://www.pymesfuturo.com/>: <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

WORDPRESS. (18 de Octubre de 2015). <http://www.consumoteca.com/>. Obtenido de

<http://www.consumoteca.com/>: <http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/gastos-de-almacenamiento/>

ANEXOS



“UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA

OBJETIVO:

Obtener información que permita conocer la situación actual de los estudiantes de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de las Universidades de Ibarra, en cuanto a capacitaciones recibidas en temas contables y tributarios.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione la respuesta en relación a su conocimiento, experiencia o apreciación personal.

1. ¿Conoce de centros de capacitación contable y tributaria en la ciudad de Ibarra?

SI NO

2. ¿Seleccione uno de los nombres de estos centros de capacitación que usted conozca?

Colegio de Contadores de Pichincha CECAMI

Colegio de Contadores de Imbabura SECAP

Otros No recuerdo

3. ¿Ha tomado algún tipo de capacitación en temas Contables o Tributarios durante los años 2015 y 2016, de ser su respuesta negativa seleccione un motivo de los descritos si está dentro de estos?

SI NO

Motivo

COSTO HORARIO OTROS

4. ¿Cuál es su apreciación personal respecto a los centros de capacitación que conoce?

EXCELENTE MUY BUENO BUENO

5. ¿Cuál es su apreciación personal respecto al conocimiento del tema que tienen los facilitadores de los centros que conoce?

DOMINAN DEBEN MEJORAR NO DOMINAN

6. ¿Cree usted que el capacitarse aumenta su nivel profesional y por ende la posibilidad de obtener un trabajo?

SI NO

7. ¿Para usted cual sería el principal interés en cuanto a temas de capacitación?

CONTABILIDAD TRIBUTACIÓN

8. ¿Dentro de temas tributarios y contables cual es de su principal interés?

Tributarios

IVA IMPUESTO A LA RENTA
 ICE DE ADUANA

Contables

NIIF COSTOS
 FINANZAS

9. ¿Cuál sería una de las razones por las que se capacitaría?

CONOCIMIENTO ACTUALIZACION
 FORTALECIMIENTO PROFESIONALISMO

10. ¿Qué buscaría en una capacitación antes de tomarla?

TEMARIO FACILITADORES COSTO

11. ¿Usted estudia y a la vez trabaja en la actualidad en áreas Contables o Tributarios?

SI NO

12. ¿Tendría facilidad para capacitarse si se establece un centro de capacitación en Ibarra dirigido a estudiantes en temas contables y tributarios?

SI NO

13. ¿Cuál sería el valor que usted podría pagar por cada hora de capacitación?

0-5 6-10 11-15 16-20 21-más

14. ¿Ha recibido, escuchado o visto información por algún medio de la empresa JJG & ASOCIADOS, de ser la respuesta positiva mencionar el medio si esta dentro de los descritos?

SI NO

Medio

PRENSA

REDES SOCIALES

AMISTADES

15. ¿Le gustaría conocer o tener información de la empresa JJG & ASOCIADOS en cuanto a temas de capacitación de ser su respuesta positiva llenar la información que se solicita?

Nombres y Apellidos

Email:

Yo.....acepto que la empresa JJG & ASOCIADOS, me envíe información que sea en procurar la mejora de mis conocimientos.

Firma.....

Ibarra, 15 de Octubre del 2016

PRESENTACIÓN

JJG & Asociados cumpliendo con la premisa de servicio profesional y capacitación, presenta el siguiente curso con certificado de asistencia y aprobación dirigida a estudiantes de las Universidades de la ciudad de Ibarra, en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) con una duración de 60 horas.

INTRODUCCIÓN

De la Globalización y Economía mundial surge la necesidad de presentar y elaborar la información de operaciones económicas y financieras; en un mismo lenguaje que permita entender y comparar en tiempo presente y real la situación de las empresas, para ello el IASB INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad) antes IASC INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad) adopta la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF.

Con el objetivo de presentar las operaciones y resultados de Activos, Pasivos, Ingresos o Gastos de manera real sin sobreestimaciones o subestimaciones, que permitan la adecuada y oportuna toma de decisiones en empresas se deberá aplicare la normativa NIIF.

OBJETIVO:

El objetivo fundamental del Curso General de NIIF es permitir que el participante y estudiante alcance una comprensión suficiente, bajo una perspectiva práctica, de los principios y normas fundamentales de cada uno de los estándares contables NIIF en vigor. Con el Marco Conceptual de las NIIF como eje fundamental del curso, se persigue en concreto, que el participante comprenda los objetivos y principios establecidos en el mismo.

METODOLOGIA:

El diseño del curso incluye lecturas de la esencia de la norma, aplicación de un ejercicio práctico, a través una charla interactiva, trabajos de reconocimiento y aplicación de la normativa.

Metodología de Aprobación:

70% de asistencia horas presenciales

7,00 Nota final promedio de trabajos en grupo, en línea y pruebas.

CONOCIMIENTO A ADQUIRIR:

Se busca que los participantes desarrollen habilidades para:

- Entender cómo se valoran los activos y el efecto de las depreciaciones bajo NIIF
- Entender el efecto de los costos de los préstamos con NIIF
- Saber cuándo correr el Deterioro de los Activos
- Saber cómo valorar los Inventarios
- Saber reconocer las diferencias entre lo financiero-contable y su impacto en los impuestos.

TEMAS:

Dentro de los temas propuestos se revisará de manera general las siguientes normas:

NIC 16 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

NIC 2 INVENTARIOS

NIC 23 COSTOS POR PRÉSTAMOS

NIC 36 DETERIORO DE LOS ACTIVOS

NIC 12 IMPUESTOS DIFERIDOS

HORARIO DE CLASES:

Horario: Viernes de 4:00 pm a 9:00 pm

Sábado de 8:00 am a 4:30 pm

Lunes a Jueves lectura, videos y trabajos dirigidos.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Semana: # 1 NIC 16

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

Semana # 2 NIC 2 y NIC 23

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

Semana # 3 NIC 36

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

Semana # 4 NIC 12

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

INVERSIÓN:

Estudiantes 180,00 por participante valor incluido IVA

INCLUYE

Certificado de aprobación y asistencia 60 horas.

8 Coffe Break por participante

MÍNIMO DE PARTICIPANTES:

30 estudiantes para abrir el curso.

Ibarra, 15 de Octubre del 2016

PRESENTACIÓN

JG & Asociados cumpliendo con la premisa de servicio profesional y capacitación. Presenta el siguiente curso con certificado de asistencia y aprobación dirigida a estudiantes de las Universidades de la ciudad de Ibarra, en Tributación con una duración de 60 horas.

INTRODUCCIÓN

El Gobierno Nacional a través de la Administración Tributaria realiza la recaudación de los tributos, basando en leyes, reglamentos, resoluciones y normativas que el Gobierno y el Director de la Administración Tributaria resuelven. EL cumplimiento de la normativa vigente permite que los Sujetos Pasivos de los impuestos realicen sus actividades con normalidad. El incumplimiento por desconocimiento no exime de las responsabilidades y de las posibles sanciones que se puedan dar. Por tal motivo es recomendable capacitarse y tener personal capacitado en temas tributarios.

OBJETIVO:

El objetivo fundamental del Curso General de TRIBUTACIÓN es permitir que el participante alcance una comprensión suficiente sobre la aplicación de la normativa tributaria vigente, basados en la experiencia del capacitador, la lectura que el estudiante realice y autoestudio constante que permitirá a los participantes tener un mayor conocimiento sobre casos reales que se pueden dar en el campo laboral y a la vez oportunidad de inserción al mismo.

METODOLOGIA:

El diseño del curso incluye lecturas de la esencia de la norma, aplicación de un ejercicio práctico, a través de una charla interactiva, trabajos de reconocimiento y aplicación de la normativa.

Metodología de Aprobación:

70% de asistencia horas presenciales

7,00 Nota final promedio de trabajos en grupo, en línea y pruebas.

CONOCIMIENTO A ADQUIRIR:

Se busca que los participantes conozcan y desarrollen habilidades para:

- Entender y aplicar la Normativa Tributaria del Impuesto al Valor Agregado.
- Entender y aplicar la Normativa Tributaria del Impuesto a la Renta. Personas Naturales no Obligadas.
- Entender y aplicar la Normativa Tributaria del Impuesto a la Renta. Personas Naturales Obligadas y Sociedades.

TEMAS:

- Impuesto al Valor Agregado.

Historia y Justificación (impuesto indirecto)

Hecho generador del IVA

Base Imponible

Reembolso

Crédito tributario

- Impuesto a la Renta PN no Obligadas

Depuración de Ingresos

Gastos deducibles

Plazos para presentar la declaración

- Impuesto a la Renta PN Obligadas y Sociedades

Depuración de Ingresos

Gastos deducibles

Conciliación Tributaria

Anticipo de Impuesto a la Renta

Plazos para presentar la declaración

HORARIO DE CLASES:

Horario: Viernes de 4:00 pm a 9:00 pm

Sábado de 8:00 am a 4:30 pm

Lunes a Jueves lectura, videos y trabajos dirigidos.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Semana: # 1 Impuesto al Valor Agregado

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

Semana # 2 Impuesto a la renta personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

Semana # 3 Impuesto a la renta personas naturales obligadas a llevar contabilidad y Sociedades.

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

Semana # 4 Impuesto a la renta personas naturales obligadas a llevar contabilidad y Sociedades.

Hora de Coffe Break: Viernes 7 pm y Sábado 10:00 am

INVERSIÓN:

Estudiantes 180,00 por participante incluido IVA.

INCLUYE

Certificado de aprobación y asistencia 60 horas.

8 Coffe Break por participante

MÍNIMO DE PARTICIPANTES:

30 estudiantes para abrir el curso.