



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA TRIBUTARIA MEDIANTE UNA APLICACIÓN, DISEÑADA PARA TELÉFONOS CELULARES CON SISTEMA OPERATIVO ANDROID PARA EL ECUADOR”

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

AUTORES: CARLOS GABRIEL CONGO ARCOS
FLOR ESTEFANIA HINOJOSA CHAMPUTIZ

DIRECTOR: ING. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN, Msc

IBARRA, 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La generación de productos tecnológicos contribuyen al desarrollo de la sociedad y la economía, debido a esto el proyecto tiene como finalidad implementar una microempresa que se dedique a la generación de programas móviles conocidos como APP`S, su ubicación será en la capital de la provincia de Imbabura; así Creative Construction Programs plantea la creación de su primer producto que se basa en la implementación de una guía tributaria mediante un software, diseñada para teléfonos celulares con sistema operativo Android para el Ecuador, lo fundamental es aprovechar la oportunidad de mercado que se genera en la región debido al desconocimiento de la normativa tributaria, se espera realizar su lanzamiento a nivel de todo el país luego de haber superado todas las pruebas y ser comercializado en la provincia de Imbabura.

Para la ejecución del marco teórico se consideraron conceptualizaciones científicas actuales y su respectivo análisis, el estudio de mercado se realizó en la provincia de Imbabura, obteniendo información veraz, con respecto al estudio técnico se ha definido la localización y magnitud exacta del proyecto para su puesta en marcha, en el estudio financiero se pudo determinar que el proyecto es factible económicamente. Para la identificación de la estructura organizacional del proyecto se planteó “CC PROGRAMS” el cual será utilizado para todas las actividades de la empresa, además se establecieron la misión, visión, objetivos, políticas, valores y principalmente las funciones por las que estará regido el capital humano de la empresa, por último se estimaron los impactos que generará el emprendimiento.

Por último se encontrarán las conclusiones y recomendaciones realizadas para la implementación del proyecto.

SUMMARY

This project aims to create a microenterprise for the generation of APP`S, in Ibarra city; thus the “Creative Construction Programs” enterprise propose the creation of its first product based on the implementation of a tax guide through software, designed for mobile phones with Android operating system exclusively for Ecuador, it is expected to be launched at the national level after having passed all the tests and being commercialized in the province of Imbabura.

For the execution of the theoretical framework were considered current scientific concepts and their respective analysis, the market study was conducted in the province of Imbabura, obtaining accurate information, with respect to the technical study has been defined the exact location and magnitude of the project for its implementation, in the financial research it was determined that the project is economically feasible. For the identification of the organizational structure of the project, "CC PROGRAMS" will govern the human capital of the enterprise.

AUTORÍA**AUTORÍA**

Nosotros, CARLOS GABRIEL CONGO ARCOS y FLOR ESTEFANIA HINOJOSA CHAMPUTIZ, portadores de las cédulas de ciudadanía Nro. 100367990-7 y 100467826-2, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA TRIBUTARIA MEDIANTE UNA APLICACIÓN, DISEÑADA PARA TELÉFONOS CELULARES CON SISTEMA OPERATIVO ANDROID PARA EL ECUADOR.", es de nuestra autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.



.....
Carlos Congo Arcos
100367990-7



.....
Flor Hinojosa Champutiz
100467826-2

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por los egresados, Sr. **Carlos Gabriel Congo Arcos** y Srta. **Flor Estefanía Hinojosa Champutiz**, para optar por el título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA TRIBUTARIA MEDIANTE UNA APLICACIÓN, DISEÑADA PARA TELÉFONOS CELULARES CON SISTEMA OPERATIVO ANDROID PARA EL ECUADOR.”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige.

Dado en la ciudad de Ibarra, al 4 día del mes de enero del 2019



MSC. Ana Arciniegas
100145806-4
DIRECTOR

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



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

Nosotros, CARLOS GABRIEL CONGO ARCOS y FLOR ESTEFANIA HINOJOSA CHAMPUTIZ, con cédulas de ciudadanía Nro. 100367990-7 y 100467826-2, 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 autores de trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA TRIBUTARIA MEDIANTE UNA APLICACIÓN, DISEÑADA PARA TELÉFONOS CELULARES CON SISTEMA OPERATIVO ANDROID PARA EL ECUADOR.” que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría, CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Ibarra 15 de febrero del 2019

Carlos Congo Arcos
100367990-7

Flor Hinojosa Champutiz
100467826-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
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 texto completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULAS DE CIUDADANÍA:	100367990-7 100467826-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CARLOS GABRIEL CONGO ARCOS FLOR ESTEFANIA HINOJOSA CHAMPUTIZ		
DIRECCIONES:	RIO MACHINAZA Y QUININDE PASAJE "A" RUKU ÑAN Y FACCHA ÑAN		
E-MAIL:	gabo_cl1994@hotmail.com estefita_24_06@hotmail.com		
TELÉFONOS FIJOS:	062 610615 062 690147	TELÉFONOS MÓVILES:	0988404003 0981938530

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA TRIBUTARIA MEDIANTE UNA APLICACIÓN, DISEÑADA PARA TELÉFONOS CELULARES CON SISTEMA OPERATIVO ANDROID PARA EL ECUADOR."

AUTORES:	CONGO ARCOS CARLOS GABRIEL HINOJOSA CHAMPUTIZ FLOR ESTEFANIA
FECHA:	IBARRA 15 DE FEBRERO DEL 2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTAN	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.
ASESOR:	MSC. ANA ARCINIEGAS

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, CARLOS GABRIEL CONGO ARCOS y FLOR ESTEFANIA HINOJOSA CHAMPUTIZ, con cédulas de ciudadanía Nro. 100367990-7 y 100467826-2, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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.


Los autores manifiestan 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de febrero del 2019

LOS AUTORES



Carlos Congo Arcos
100367990-7



Flor Hinojosa Champutiz
100467826-2

DEDICATORIA

Principalmente dedico a Dios todo este esfuerzo y sacrificio, ya que pude llegar a mi meta gracias a las bendiciones que me ha otorgado y hacerme fuerte a pesar de todas las adversidades.

Dedico a mis amados padres Jorge Congo y Melva Arcos por ser el pilar fundamental para el cumplimiento de mis objetivos y por ser quienes me han impartido valores y principios, los cuales hoy en día forman parte de mi educación.

Gabriel

Primeramente dedico a Dios por haber guiado mi camino y brindarme sus bendiciones que hoy son plasmadas en la consecución de este nuevo logro.

Dedico a mi querido padre Bolívar Hinojosa y a mi amada madre Flor Champutiz por haber sido mi sustento en el transcurso de mi vida estudiantil, ofrecerme su amor y comprensión a diario, apoyarme incondicionalmente en cada uno de mis pasos, forjar mi personalidad con buenos valores y principios y por ser quienes hacen posible la culminación de mi carrera universitaria.

Flor

AGRADECIMIENTO

Inicialmente queremos agradecer a nuestros hermanos quienes han estado presentes en cada una de nuestras etapas y han convivido experiencias buenas y malas apoyándonos totalmente en cada decisión tomada en base a sus conocimientos.

Agradecemos a nuestra directora de trabajo de grado Ing. Ana Arciniegas, Msc por ser quien incondicionalmente ha brindado su conocimiento y apoyo en la elaboración de este proyecto, por sus largas jornadas de trabajo y su preocupación constante.

Y por último agradecer a nuestros maestros que han aportado con su conocimiento en el trascurso de la etapa universitaria.

Gabriel y Flor

PRESENTACIÓN

El tema propuesto para el desarrollo del proyecto de investigación es:

Creación de una guía tributaria mediante una aplicación, diseñada para teléfonos celulares con sistema operativo Android para el Ecuador.

El proyecto de investigación para la creación de una guía tributaria mediante una aplicación celular implica un sinnúmero de procesos, cuyos procesos irán encaminados con la finalidad de determinar el grado de rentabilidad del emprendimiento.

El objetivo del proyecto es, construir una aplicación de teléfono celular que permita a las personas obtener información tributaria clara y precisa en cualquier lugar y a cualquier hora, para esto se debe realizar una investigación, dicha investigación estará conformada de los siguientes capítulos:

Capítulo I. Comprende en determinar cómo nos encontramos en el entorno para esto es necesario efectuar un diagnóstico situacional mediante una investigación basada en datos reales.

Capítulo II. Permite establecer la base teórica, un campo en el que se explica con una base científica cada término inmerso en el proyecto permitiendo sustentar de manera teórica la investigación.

Capítulo III. Es donde se realizará un estudio de mercado utilizando métodos cuantitativos, cualitativos e instrumentos (encuestas, entrevistas) que permita determinar al mercado meta y así los posibles suscriptores.

Capítulo IV. Se realizará un análisis técnico a través del estudio de la inversión fija, variable, activos diferidos y capital de trabajo conformando el total de la inversión inicial para que el emprendimiento comience sus actividades económicas.

Capítulo V. Brinda un estudio económico mediante la revisión de ingresos, egresos, balance, estados y flujos proyectados para determinar el grado de rentabilidad del proyecto mediante el uso de indicadores financieros.

Capítulo VI. Permite establecer un plan de gestión adecuado para las operaciones diarias del emprendimiento, es aquí donde se establece misión, visión, políticas, principios, valores, organigrama estructural y organigrama funcional.

Capítulo VII. Por último, se realizará un análisis de los impactos que el proyecto y la investigación han generado en los distintos aspectos estudiados que son: social, económico, tecnológico, tributario y ambiental. Además se llegará a determinar las conclusiones y recomendaciones para cada uno de los capítulos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XXVII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXXIII
Nombre.....	1
Objetivos	1
Objetivo general.....	1
Objetivo específico.....	1
CAPITULO I.....	3

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Oportunidad de mercado	5
1.3. Justificación.....	6
1.4. Objetivo del diagnostico	7
1.4.1. Actividades a desarrollar.....	7
1.5. Variables diagnosticas.....	7
1.6. Indicadores	7
1.6.1. Ámbito geográfico	7
1.6.2. Factor demográfico	8
1.6.3. Elemento socioeconómico	8
1.6.4. Componente educativo.....	8
1.6.5. Aspecto tecnológico	8
1.7. Matriz de relación diagnostica	9
1.8. Análisis de las Variables Diagnosticas.....	10
1.8.1. Ubicación Geográfica.....	10
1.8.2. Extensión del territorio.....	10
1.8.3. Distribución del territorio.....	10
1.8.4. Identificación de la población	12
1.8.5. Segmentación de la población.....	13

1.8.6. Población económicamente activa (PEA)	13
1.8.7. Segmentación de la población por edad	13
1.8.8. Calidad de vida de las personas	14
1.8.9. Contribución tributaria	14
1.8.10. Fuentes de empleo.....	14
1.8.11. Actividades económicas a la que se dedica la población	15
1.8.12. Posibilidad de que estudiantes de la universidad puedan utilizar la aplicación ...	15
1.8.13. Conocimiento de TICS.....	15
1.8.14. Numero de celulares activos	15
1.9. Elaboracion de la matriz AOOR	16
1.10. Cruce estratégico de Aliados, Riesgos, Oponentes y Oportunidades	17
1.10.1. Aliados – Oportunidades.....	17
1.10.2. Aliados – Oponentes	17
1.10.3. Aliados – Riesgo	18
1.10.4. Oportunidades – Oponentes	19
1.10.5. Oportunidades – Riesgos.....	19
1.11. Identificación de la oportunidad de inversión	20
CAPITULO II	21
2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Introducción	21

2.2. Objetivo del marco teórico.....	21
2.3. Bases teóricas y científicas.....	21
2.4. Términos generales	21
2.4.1. Empresa.....	22
2.4.2. Emprendimiento.....	25
2.4.3. Planificación estratégica.....	30
2.4.4. Mercado.....	34
2.5. Términos específicos.....	41
2.5.1. Aplicación celular	42
2.5.2. Tributación	51
2.6. Términos técnicos	58
2.6.1. Inversión.....	59
2.6.2. Contabilidad	61
2.6.3. Análisis financiero	65
CAPITULO III.....	72
3. ESTUDIO DE MERCADO	72
3.1. Introducción	72
3.2. Objetivo del estudio de mercado.....	73
3.2.1. Objetivos específicos	73
3.3. Variables del estudio.....	73

3.4. Indicadores	73
3.4.1. Demanda	73
3.4.2. Oferta.....	74
3.4.3. Producto	74
3.4.4. Precio.....	74
3.4.5. Plaza	74
3.4.6. Promoción	75
3.4.7. Publicidad.....	75
3.5. Matriz de variable del estudio de mercado.....	76
3.6. Segmentación del mercado	77
3.6.1. Variables de segmentación.....	77
➤ Geográfico.....	78
➤ Demográfico	78
➤ Población tributaria.....	78
➤ Tecnológico.....	78
3.6.2. Mercado meta.....	78
3.7. Calculo de la muestra	79
3.8. Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra	80
3.9. Distribución de las encuestas por cantón	81
3.10. Técnicas de recolección de información	81

3.10.1. Encuesta	81
3.10.2. Entrevista.....	82
3.11. Análisis de la entrevista	82
3.12. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	84
Análisis.....	84
Análisis.....	85
Análisis.....	86
Análisis.....	87
Análisis.....	88
Análisis.....	89
Análisis.....	90
Análisis.....	91
Análisis.....	92
Análisis.....	93
Análisis.....	94
Análisis.....	95
Análisis.....	96
Análisis.....	97
Análisis.....	99
3.13. Demanda	100

3.13.1. Identificación de la demanda	100
3.13.2. Proyección de la demanda.....	101
3.14. Oferta.....	102
3.14.1. Proyección de la oferta.....	104
3.15. Balance oferta – demanda	105
3.15.1. Proyección de la demanda insatisfecha.....	106
3.16. Análisis de precios	106
3.17. Producto	107
3.18. Plaza	108
3.19. Promoción	109
3.20. Publicidad.....	109
3.21. Conclusiones del estudio de mercado	109
CAPITULO IV.....	112
4. ESTUDIO TÉCNICO	112
4.1. Introducción	112
4.2. Objetivo del estudio técnico.....	112
4.2.1. Objetivos específicos	112
4.3. Ubicación del proyecto	113
4.3.1. Macrolocalización	113
4.3.2. Microlocalización.....	114

4.4. Tamaño del proyecto.....	116
4.4.1. Infraestructura física.....	116
4.4.2. Demanda	116
4.4.3. Personal administrativo	116
4.4.4. Mano de obra directa.....	117
4.4.5. Mano de obra indirecta.....	117
4.4.6. Capacidad del proyecto	118
4.5. Ingeniería del proyecto.....	119
4.5.1. Distribución del espacio del emprendimiento	119
4.5.2. Plano de la descripción del emprendimiento.....	119
4.6. Simbología para realizar los diagramas de flujo	120
4.6.1. Flujogramas del emprendimiento.....	122
4.7. Presupuesto técnico.....	123
4.7.1. Inversión fija	123
4.7.2. Activos diferidos	126
4.7.3. Inversión variable.....	128
4.7.4. Costos Indirectos de Fabricación	131
4.7.5. Gastos administrativos	133
4.7.6. Gastos de seguridad y salud	135
4.7.7. Gasto de ventas	135

4.7.8. Total Inversión variable	138
4.7.9. Capital de trabajo	138
4.8. Inversión total.....	139
4.9. Financiamiento	139
4.9.1. Tabla de amortización	140
CAPITULO V	142
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	142
5.1. Introducción	142
5.2. Objetivo del estudio de mercado.....	142
5.2.1. Objetivos específicos	142
5.3. Ingresos	143
5.3.1. Ingresos proyectados	143
5.4. Egresos	144
5.4.1. Determinación de egresos	144
5.5. Costos de producción	144
5.5.1. Materia prima directa	145
5.5.2. Mano de Obra.....	146
5.5.3. Costos Indirectos de Fabricación	147
5.6. Resumen de costos de producción	150
5.7. Gastos de ventas	150

5.7.1. Gastos de publicidad	150
5.7.2. Establecerse como desarrollador	151
5.7.3. Comisión interdin.....	151
5.8. Resumen gastos de ventas	152
5.9. Gastos de administración	152
5.9.1. Gastos de personal de administración	152
5.9.2. Gastos de seguridad y salud	153
5.9.3. Suministros y materiales de oficina	154
5.10 Resumen gastos de administración	155
5.11. Activos diferidos	155
5.12. Gastos financieros	156
5.13 Depreciación de los activos fijos.....	157
5.13.1 Edificación y construcción	157
5.13.2. Muebles y enseres	158
5.13.3 Equipo de computo	159
5.13.4 Equipo de oficina	159
5.13.5. Equipo de seguridad.....	160
5.14. Resumen depreciación activos fijos	160
5.15. Proyección de costos y gastos	160
5.16. Estados financieros.....	162

5.16.1. Estado de Situación Financiera	162
5.16.2. Estado de resultados integral.....	164
5.16.3 Estado de flujo de efectivo	165
5.17. Indicadores financieros	166
5.17.1. Valor Actual Neto	166
5.17.2. Tasa Interna de Retorno	166
5.17.3. Beneficio costo.....	167
5.17.4. Costo de oportunidad	168
5.17.5. Periodo de recuperación de la inversión	168
5.17.6. Punto de equilibrio \$	169
5.17.7 Punto de equilibrio Q	170
5.17.8. Tasa de rendimiento promedio.....	170
5.17.9. Cuadro resumen de los indicadores financieros.....	171
5.18. Oportunidad de la Inversión.....	171
CAPITULO VI.....	173
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	173
6.1. Introducción	173
6.2. Objetivo de la estructura organizacional.....	173
6.2.1. Objetivos específicos	173
6.3. Denominación de la empresa	174

6.3.1. Manual de identidad corporativa.....	174
6.4. Determinación del nombre del producto.....	178
6.4.1. Logotipo del producto.....	179
6.5. Misión.....	179
6.6. Visión.....	179
6.7. Objetivos organizacionales.....	180
6.8. Valores corporativos.....	180
➤ Respeto.....	180
6.9. Principios.....	182
6.10. Políticas corporativas.....	183
6.10.1. Políticas para la empresa.....	184
6.10.2. Políticas para el personal.....	185
6.10.3. Políticas para los clientes.....	185
6.10.4. Políticas para la plaza Google.....	186
6.11. Estructura administrativa.....	186
6.11.1. Organigrama estructural.....	187
6.11.2. Organigrama funcional.....	188
6.12. Niveles administrativos.....	189
6.12.1. Nivel directivo.....	189
6.12.2. Nivel administrativo.....	190

6.12.3. Nivel operativo.....	190
6.13. Funciones y competencias del personal	190
6.14. Constitución jurídica de la microempresa.....	197
6.14.1 Servicio de Rentas Internas.....	197
6.14.2 Patente Municipal.....	198
6.14.3 Permiso del Cuerpo de Bomberos.....	198
CAPITULO VII	199
7. IMPACTOS.....	199
7.1 Introducción	199
7.2 Objetivo General	199
7.3 Matriz de Valoración de Impactos	199
7.4. Impacto económico	200
7.5. Impacto social	202
7.6. Impacto tecnológico	203
7.7. Impacto tributario.....	204
7.8. Impacto ambiental.....	205
7.9. Impacto general.....	206
CONCLUSIONES	208
RECOMENDACIONES	210
BIBLIOGRAFÍA.....	212

LINCOGRAFÍA.....	216
ANEXOS.....	219
ANEXO 1 Entrevista dirigida al Director General Subrogante de Tecnologías de la Información del Gobierno Provincial de Imbabura	220
Glosario de preguntas.....	220
ANEXO 2 Encuesta dirigida a la población de Imbabura	223
ANEXOS 3 Proforma sobre la mueblería y enseres	225
ANEXOS 4 Proforma sobre el equipo de cómputo y consulta por medio de la tienda web mercado libre	226
ANEXO 5 Proforma sobre el equipo de seguridad.....	229
ANEXOS 6 Proforma sobre los materiales para la limpieza	230
ANEXO 7 Proforma sobre los materiales de oficina.....	231
ANEXO 8 Proforma sobre los gastos de publicidad.....	232

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Servicio móvil avanzado SMA	4
Tabla 2 Participación mercado.....	4
Tabla 3 Matriz AOOR.....	16
Tabla 4 Criterios.....	78
Tabla 5 Aspectos para el Cálculo de la muestra.....	79
Tabla 6 Distribución por cantón de Imbabura.....	81
Tabla 7 Parámetro N°1 - Edad.....	84
Tabla 8 Parámetro N°2 - Disponibilidad celulares inteligentes	85
Tabla 9 Parámetro N°3 - Sistema operativo móvil.....	86
Tabla 10 Parámetro N°4 - Aceptación de la guía por una app	87
Tabla 11 Parámetro N°5 - Frecuencia de descarga de apps del Play Store	88
Tabla 12 Parámetro N°6 - Productos similares	89
Tabla 13 Parámetro N°7 - Conocimiento de Apps.....	90
Tabla 14 Parámetro N°8 Disponibilidad de apps similares	91
Tabla 15 Parámetro N°9 - Forma de adquisición	92
Tabla 16 Parámetro N°10 - Ayuda en el cumplimiento de obligaciones	93
Tabla 17 Parámetro N°11 - Disponibilidad de pago.....	94
Tabla 18 Parámetro N°12 - Forma de pago.....	95
Tabla 19 Parámetro N°13 - Gustos y preferencias de los clientes.....	96
Tabla 20 Parámetro N°14 - Gratuidad licencia para un mes	97
Tabla 21 Parámetro N°15 - Canal de publicidad.....	98
Tabla 22 Parámetro N°16 - Acercamiento a la oficina.....	99

Tabla 23 Cálculo de la demanda potencial	101
Tabla 24 Proyección de la demanda potencial	102
Tabla 25 Delimitación de la oferta.....	104
Tabla 26 Proyección de la oferta.....	104
Tabla 27 Demanda insatisfecha	105
Tabla 28 Demanda insatisfecha en términos monetarios	106
Tabla 29 Proyección de la demanda insatisfecha.....	106
Tabla 30 Personal administrativo.....	116
Tabla 31 Mano de obra directa.....	117
Tabla 32 Mano de obra indirecta	117
Tabla 33 Detalle capacidad de descargas del producto.....	118
Tabla 34 Distribución de la oficina	119
Tabla 35 Simbología de los flujogramas.....	121
Tabla 36 Detalle terreno y edificación	123
Tabla 37 Mueblería y enseres	124
Tabla 38 Equipo de computación.....	125
Tabla 39 Componentes de oficina.....	125
Tabla 40 Detalle del equipo de seguridad	126
Tabla 41 Resumen de la inversión fija.....	126
Tabla 42 Detalle gastos constitución patente	127
Tabla 43 Gestiones para el funcionamiento del emprendimiento.....	127
Tabla 44 Resumen.....	128
Tabla 45 Detalle de las leyes a utilizar.....	129

Tabla 46 Diseño y prototipo.....	129
Tabla 47 Resumen de la materia prima directa	129
Tabla 48 Detalle de la mano de obra directa	130
Tabla 49 Resumen de la mano de obra directa	131
Tabla 50 Detalle de los servicios básicos.....	131
Tabla 51 Detalle de la persona encargada de la limpieza	132
Tabla 52 Detalle de materiales para la limpieza	132
Tabla 53 Resumen de los CIF	133
Tabla 54 Detalle personal administrativo	133
Tabla 55 Detalles materiales oficina	134
Tabla 56 Resumen gastos de administración	135
Tabla 57 Detalle de suministros de seguridad y salud	135
Tabla 58 Determinación de los gastos de publicidad.....	136
Tabla 59 Autorización carga y venta del producto	137
Tabla 60 Detalle comisión interdin	137
Tabla 61 Resumen gasto de ventas	138
Tabla 62 Resumen.....	138
Tabla 63 Detalle del capital de trabajo.....	139
Tabla 64 Resumen de la inversión total	139
Tabla 65 Detalle del financiamiento del proyecto	140
Tabla 66 Tabla de amortización.....	141
Tabla 67 Inflación promedio anual	143
Tabla 68 Proyección de ingresos.....	144

Tabla 69 Materia prima directa proyectada	145
Tabla 70 Promedio incremento SBU	146
Tabla 71 Determinación de la mano de obra año 1	147
Tabla 72 Proyección de la mano de obra directa	147
Tabla 73 Determinación de la mano de obra indirecta año 1	148
Tabla 74 Proyección de la mano de obra indirecta	148
Tabla 75 Proyección suministros de aseo y limpieza.....	148
Tabla 76 Proyección de servicios básicos	149
Tabla 77 Total costos indirectos de fabricación.....	150
Tabla 78 Detalle de los costos de producción	150
Tabla 79 Gastos de publicidad proyectados	151
Tabla 80 proyección permisos como desarrollador	151
Tabla 81 Proyección comisión interdin.....	152
Tabla 82 Detalle gastos de venta.....	152
Tabla 83 Determinación remuneraciones personal administrativo	153
Tabla 84 Proyección gastos de personal administrativo	153
Tabla 85 Gastos de seguridad y salud proyectados.....	153
Tabla 86 Proyección de los suministros y materiales de oficina	154
Tabla 87 Detalle de los gastos de administración proyectados	155
Tabla 88 Detalle de los activos diferidos proyectados	155
Tabla 89 Variables del crédito	156
Tabla 90 Tabla de amortización.....	156
Tabla 91 Depreciación activos fijos	157

Tabla 92 Depreciación edificación y construcción	157
Tabla 93 Depreciación muebles y enseres	158
Tabla 94 Depreciación equipo de computación	159
Tabla 95 Depreciación equipo de oficina.....	159
Tabla 96 Depreciación equipos de seguridad.....	160
Tabla 97 Detalle depreciaciones	160
Tabla 98 Detalle de costos y gastos proyectados	161
Tabla 99 Estado de situación financiera.....	163
Tabla 100 Estado de resultados proyectado	164
Tabla 101 Flujo de efectivo proyectado.....	165
Tabla 102 Determinación del VAN	166
Tabla 103 Determinación de la TIR.....	167
Tabla 104 Determinación del costo beneficio.....	167
Tabla 105 Determinación costo de oportunidad	168
Tabla 106 Determinación del periodo de recuperación	169
Tabla 107 Determinación punto de equilibrio Q.....	170
Tabla 108 Determinación de la TRP	170
Tabla 109 Tablero integral de comandos.....	171
Tabla 110 Funciones del gerente.....	191
Tabla 111 Funciones del Contador	193
Tabla 112 Funciones de la secretaria	194
Tabla 113 Funciones del programador.....	196
Tabla 114 Ponderación de impactos	200

Tabla 115 Análisis impacto económico	201
Tabla 116 Análisis impacto social	202
Tabla 117 Análisis del impacto tecnológico	203
Tabla 118 Análisis impacto tributario.....	204
Tabla 119 Análisis del impacto ambiental	205
Tabla 120 Análisis general de los indicadores	206

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Parámetro N°1- Edad.....	84
Gráfico 2 Parámetro N°2 - Disponibilidad celulares inteligentes	85
Gráfico 3 Parámetro N°3 - Sistema operativo móvil.....	86
Gráfico 4 Parámetro N°4 - Aceptación de la guía por una app	87
Gráfico 5 Parámetro N°5 - Frecuencia de descarga de apps del Play Store.....	88
Gráfico 6 Parámetro N°6 - Productos Similares.....	89
Gráfico 7 Parámetro N° 7 - Conocimiento de Apps.....	90
Gráfico 8 Parámetro N°8 Disponibilidad de apps similares.....	91
Gráfico 9 Parámetro N°9 - Forma de adquisición	92
Gráfico 10 Parámetro N°10 - Ayuda en el cumplimiento de obligaciones	93
Gráfico 11 Parámetro N°11 - Disponibilidad de pago	94
Gráfico 12 Parámetro N°12 - Forma de pago.....	95
Gráfico 13 Parámetro N°13 - Gustos y preferencias de los clientes.....	96
Gráfico 14 Parámetro N°14 - Gratuidad licencia para un mes	97
Gráfico 15 Parámetro N°15 - Canal de publicidad.....	98
Gráfico 16 Parámetro N°16 - Acercamiento a la oficina.....	99
Gráfico 17 Mapa de la Macrolocalización	114
Gráfico 18 Mapa del cantón Ibarra	114
Gráfico 19 Croquis del sector exacto	115
Gráfico 20 Plano de la oficina.....	120
Gráfico 21 Diagrama de procesos del proyecto	122
Gráfico 22 Identificación del nombre	174

Gráfico 23 Denominación del logotipo.....	175
Gráfico 24 Denominación del logotipo.....	175
Gráfico 25 Suministros y materiales de oficina	176
Gráfico 26 Suministros y materiales de oficina	176
Gráfico 27 Indumentaria	177
Gráfico 28 Óptica desde una red social.....	177
Gráfico 29 Diseño APP	178
Gráfico 30 Logotipo del producto fondo claro y oscuro	179
Gráfico 31 Organigrama estructural.....	187
Gráfico 32 Organigrama funcional	188
Gráfico 33 Niveles administrativos.....	189

Nombre

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA TRIBUTARIA MEDIANTE UNA APLICACIÓN, DISEÑADA PARA TELÉFONOS CELULARES CON SISTEMA OPERATIVO ANDROID PARA EL ECUADOR.

Objetivos**Objetivo general**

Realizar un estudio para la creación de una guía tributaria mediante una aplicación, diseñada para teléfonos celulares con sistema operativo Android, por medio de la investigación y utilización de técnicas financieras que permitan determinar su factibilidad económica.

Objetivo específico

1. Efectuar un diagnóstico situacional mediante la realización de una investigación basada en datos históricos que permitan determinar los aspectos importantes del sector de influencia.
2. Estructurar un marco teórico a través de una investigación bibliográfica y linkografía con la finalidad de obtener un mayor conocimiento de los términos que se van a utilizar en el desarrollo del proyecto.
3. Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de la demanda, oferta y las P de marketing con la finalidad de obtener un mayor conocimiento acerca de las características del mercado meta.
4. Elaborar un estudio técnico mediante la determinación del tamaño y destino de la inversión inicial, así como de los procesos de producción, localización e ingeniería del proyecto con la finalidad de determinar su financiamiento, implementación y factibilidad técnica.

5. Realizar un estudio financiero mediante la proyección de ingresos, costos, gastos y la estructuración de estados financieros proforma que permitan realizar un análisis con la utilización de indicadores para determinar si el proyecto es económicamente viable.
6. Establecer una propuesta organizativa mediante la presentación de un organigrama estructural y funcional, con la finalidad de asignar y determinar responsabilidades de una manera clara y ordenada para la buena marcha de la empresa.
7. Ejecutar un estudio de impactos mediante el análisis de aspectos sociales, culturales, económicos, tecnológicos, educativos y ambientales con la finalidad aprovechar al máximo los factores positivos y mitigar los aspectos negativos que pueda generarse de la implementación del proyecto.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

A través de los tiempos la tecnología ha avanzado cada vez más, el descubrimiento de las computadoras hace hablar del inicio de una nueva era, la cual se centra en el aspecto tecnológico siendo éste el eje principal de la economía de un país, es ahí donde se aprovecha estos descubrimientos hechos por el hombre con el fin de solucionar problemas y satisfacer necesidades, uno de los principales descubrimientos desde la tecnología es el teléfono celular, dicho invento se ha convertido en una herramienta sumamente importante para las actividades diarias en vista de facilitar y dar comodidad a las personas.

En la provincia de Imbabura los teléfonos celulares han tenido gran acogida desde su creación, pues actualmente se cuenta con cuatro operadoras de telefonía celular: Claro, Movistar, CNT y Tuenti estas operadoras son las encargadas de ofrecer cobertura 2G, 3G, y lo más nuevo 4G; en el provincia existen 200.808 abonados Smartphones, es decir 200.808 líneas activas y equipos los cuales están encendidos las veinticuatro horas al día conformando el cien por ciento de la telefonía activa total de la provincia, del cual entre las cuatro operadoras se reparten para Claro con participación en el mercado del uno punto ochenta por ciento, para Movistar y Tuenti de cero punto setenta y nueve por ciento por último CNT que tiene una participación en el mercado de cero punto trece por ciento, tal y como se muestran en las siguientes tablas emitidas por la ARCOTEL:

Tabla 1
Servicio móvil avanzado SMA

Abonados	Cantidad
SMARTPHONES	200.808
Voz	184.165
M2M	14.051
Internet Móvil	12.769

Base: Abonados SMA – DIC2017
Fuente: ARCOTEL
Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 2
Participación mercado SMA

Nombre	Operadora	Porcentaje
CONECCEL	Claro	1,80%
OTECCEL	Movistar, Tuenti	0,79%
CNT	CNT	0,13%

Base: Abonados SMA – DIC2017
Fuente: ARCOTEL
Elaborado por: Los Autores (2018)

Un teléfono celular no es sólo un artefacto con circuitos, baterías y una pantalla, pues en sí, este debe estar conformado por un sistema operativo que permita su fácil acceso y manejo, el mismo que se conforma por varios procesos de programación y de aplicaciones, siendo estas últimas las más importantes en un celular, ya que un teléfono sin aplicaciones sólo sería una herramienta para recibir y hacer llamadas telefónicas.

Las aplicaciones son sistemas programados que cumplen con el objetivo de hacer más dinámico el uso de un teléfono celular, los desarrollos de estas se dan de acuerdo con el interés de cada corporación, empresa o persona, las mismas que pueden generar beneficios económicos,

satisfacción al cliente y en algunos casos ayuda social. En la provincia de Imbabura las aplicaciones no han sido desarrolladas en gran cantidad, la creación de estas aplicaciones sería un emprendimiento directo para sus seis cantones.

Un aspecto muy importante que debe ser mencionado es que en Imbabura la tributación ha cumplido un amplio recorrido desde la época de la colonia, la apertura de las fronteras desencadenó la iniciación al interculturalismo trayendo consigo el intercambio, fuente de donde nace la compra y venta de productos ya sea de entrada o salida, así nace la tributación de ahí ha venido cambiando y modificándose de acuerdo a la época y quien esté al frente de la misma, los auges cacaotero, bananero, petrolero intervinieron en el crecimiento económico del país creando las primeras leyes tributarias por exportaciones e importaciones; debido a este crecimiento económico ha logrado que cada vez más personas tributen de forma obligatoria, hoy en día los tributos son una de las fuentes más importantes de ingresos para el estado, efectivamente esto permite que la provincia cuente con los fondos necesarios para cubrir las necesidades de aquellas personas, la creación de leyes tributarias extensas y que cambian constantemente han impulsado a los contribuyentes a buscar una solución para este problema mediante la utilización de una herramienta tecnológica que abra las puertas al conocimiento y crecimiento social.

1.2. Oportunidad de mercado

Hoy en día tanto la economía como la tecnología son dos puntos importantes que analizar en una sociedad, aprovechar estas dos variables de una manera eficiente reduciría tiempo y optimizaría recursos, debido a cambios constantes en la economía que puede sufrir una provincia se crean leyes o normas que involucran el movimiento de dinero, estas leyes afectan directamente a los entes naturales y a las sociedades.

La tecnología es parte principal en la vida diaria de las personas, el teléfono celular se ha convertido en el asistente personal de cada ser humano, establece funciones en las cuales se busca mejorar la calidad de vida de quien lo utiliza.

Mezclar la tecnología y las aplicaciones tributarias permitirá que aquel asistente lleve a cabo el conocimiento y guíe de forma entendible y dinámico.

1.3. Justificación

La creación de una aplicación que contenga información tributaria actualizada, que se pueda visualizar a cualquier hora, trescientos sesenta y cinco días al año permitirá que las personas no sólo con perfil contable puedan saber sobre tributación, además servirá como herramienta de educación y formación para profesionales en el campo de la administración y economía; Como un adicional, esta aplicación tendrá un pre-cálculo del impuesto a la renta, para que los contribuyentes puedan determinar cuál será su pago antes de declararlo, de esta manera puedan reservar dicho monto para la fecha de pago.

Como se mencionó anteriormente hay un número significativo de líneas activas, lo que permite que esta propuesta sea más atractiva e interesante para su puesta en marcha, la aplicación funcionará mediante Internet el cual ya no es un problema hoy en día, debido a que la mayoría de las personas cuentan con acceso a este servicio ya sea por datos o wifi, la cobertura tampoco será un problema, pues la telefonía móvil brinda banda ancha en los 6 cantones de la provincia de Imbabura en 3G y 4G, además la aplicación tendrá una estructura interna dinámica con información precisa y concreta, convirtiéndola en una aplicación funcional con un mínimo uso de datos móviles, esto no será un limitante para los usuarios que la deseen descargar y no tengan acceso a datos o Internet.

1.4. Objetivo del diagnóstico

Efectuar un diagnóstico situacional mediante la realización de una investigación basada en datos históricos que permitan determinar los aspectos importantes del sector de influencia.

1.4.1. Actividades a desarrollar

1. Estudiar el ámbito geográfico del sector al que se dirige el proyecto.
2. Analizar el factor demográfico del mercado meta al cual se basa la investigación.
3. Estudiar el elemento Socioeconómico de la localidad.
4. Estudiar el componente educativo del medio al cual se orienta el proyecto.
5. Analizar el aspecto tecnológico al que está sujeto el trabajo.

1.5. Variables diagnósticas

- Ámbito geográfico
- Factor demográfico
- Elemento socioeconómico
- Componente educativo
- Aspecto tecnológico

1.6. Indicadores

1.6.1. Ámbito geográfico

- Ubicación geográfica
- Extensión del territorio
- Distribución del territorio

1.6.2. Factor demográfico

- Identificación de la población
- Segmentación de la población
- Población económicamente activa

1.6.3. Elemento socioeconómico

- Calidad de vida de las personas
- Contribución tributaria
- Fuentes de empleo

1.6.4. Componente educativo

- Estudiantes que cursan el nivel superior

1.6.5. Aspecto tecnológico

- Conocimiento de TICS
- Número de celulares activas

1.7. Matriz de relación diagnóstica

Actividades	Variables	Indicador	Fuentes de información	Técnicas	Tipo de fuente
Estudiar el ámbito geográfico del sector al que se dirige el proyecto.	Ámbito geográfico	-Ubicación geográfica -Extensión del territorio -Distribución del territorio	Sitio web del Ministerio de Turismo del Ecuador.	Investigación linkográfica	Secundaria
Analizar el factor demográfico del mercado meta al cual se basa la investigación.	Factor demográfico	-Identificación de la población -Segmentación de la población -Población económicamente activa -Segmentación de la población por edad	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC, Boletines del diario El Telégrafo	Investigación bibliográfica	Secundaria
Estudiar el elemento Socioeconómico de la localidad.	Elemento socioeconómico	-Calidad de vida de las personas -Contribución Tributaria -Fuentes de empleo -Actividades económicas a la que se dedica la población	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC, Plan Nacional del Buen Vivir	Investigación bibliográfica	Secundaria
Estudiar el componente educativo del medio al cual se orienta el proyecto.	Componente educativo	-Posibilidad de que estudiantes de la universidad puedan utilizar la aplicación.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. INEC	Investigación bibliográfica	Secundaria
Analizar el aspecto tecnológico al que está sujeto el trabajo.	Aspecto tecnológico	-Conocimiento de TICS -Número de celulares activos -Cantidad de cuentahabientes con servicio de internet móvil	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC, Boletines ARCOTEL	Investigación bibliográfica	Secundaria

1.8. Análisis de las Variables Diagnosticas

1.8.1. Ubicación Geográfica

Imbabura está localizado en la región interandina, se encuentra situado en la parte norte del Ecuador, debido a su condición geográfica se encuentra dotada de varios lagos y lagunas. Limita al norte con Carchi y Esmeraldas, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos y Napo y al oeste limita con Esmeraldas.

1.8.2. Extensión del territorio

Según la prefectura de Imbabura, la extensión de la provincia es de 4.353 km² correspondiente a tierra; la ubicación exacta se encuentra en las siguientes coordenadas 00°07` y 00°52` latitud norte; 77°48` y 79°12` longitud oeste, su punto más bajo se encuentra en la zona cálida con 200 msnm y su punto más alto se encuentra en el Volcán Cotacachi con 4.944 msnm.

1.8.3. Distribución del territorio

La provincia está constituida por 6 cantones los cuales están conformados por 49 parroquias urbanas y rurales.

➤ Otavalo

Llamado también como Valle del Amanecer debido a sus diversos paisajes y su célebre plaza de ponchos, además se lo caracteriza como uno de los mercados artesanales más visitados de Sudamérica convirtiéndolo en un sector atractivo para el comercio, a nivel nacional se lo conoce como capital intercultural del Ecuador, una de sus fortalezas es su idioma ya que posee dos lenguas kichwa (lengua nativa) y castellano, se compone por 2 parroquias urbanas: El Jordán y San Luis; 9 rurales: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, Gonzáles Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre.

➤ Cotacachi

Es caracterizado por ser el punto más alto de la provincia con su imponente volcán cuyo nombre lleva el cantón, sus habitantes tiene gran atracción por la música y por las artesanías de cuero realizadas a mano, es visitado constantemente por extranjeros debido a que es un sitio acogedor, además este cuenta con sectores donde predomina la agricultura rodeada por gran cantidad de flora y fauna, cuenta con 2 parroquias rurales: Sagrario y San Francisco; 8 urbanas: Apuela, García Moreno, Imantag, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez, Quiroga, 6 de Julio de Cuellaje y Vacas Galindo.

➤ Antonio Ante

Destacado por ser uno de los cantones textiles de la provincia en la elaboración de todo tipo de prendas, conocido a nivel nacional por la calidad de sus productos, uno de sus centros históricos más visitados es la fábrica Imbabura situada en la parroquia de Andrade Marín, otro punto a considerar es la gastronomía de Chaltura ya que preparan los mejores platos típicos de la zona (cuyes). Sus parroquias urbanas son 2: Atuntaqui y Andrade Marín; 4 rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya.

➤ Ibarra

Es la capital de la provincia de Imbabura, conocida también como la ciudad blanca por sus fachadas a nivel del país, entre su diversidad turística se destacan sus iglesias y catedrales construidas con arquitectura colonial, además de poseer atractivos naturales sobresale su gastronomía especializada en los deliciosos helados de paila, nogadas, arropes y dulces de distintos sabores, la parroquia rural de salinas cuenta con el reconocido museo de sal. Esta constituida por 5 parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; 7 rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

➤ Pimampiro

Es destacado como la tierra del sol y del tomate debido a la fertilidad de sus tierras y cultivos extensos, principalmente está conformado por atractivos turísticos como lagunas, ríos, bosques, cascadas y vertientes, además es ideal para la práctica del canopi que es un deporte de mucha adrenalina para quienes lo practican, también posee un santuario de la virgen de Shanshipamba donde todos sus moradores depositan su fe, su clima es templado – seco – frío. Se conforma por una parroquia urbana: Pimampiro y 3 rurales: Mariano Acosta, San Francisco de Sigsipamba, y Chugá.

➤ San Miguel de Urcuquí

Más conocido como tierra de agua santa por el potencial de su zona geográfica que permite que sus vertientes sean cálidas y curativas, contribuyendo con el sector turístico del cantón, sus habitantes tienen gran devoción por San Miguel Arcángel que es protector, por otro lado en el mes de junio rinden homenaje al dios sol por sus buenas cosechas de maíz y aloja a la primera ciudad del conocimiento del país. Está compuesta por 1 parroquia urbana: San Miguel de Urcuquí y 5 rurales: Pablo Arenas, Cahuasquí, Buenos Aires, San Blas y Tumbabiro.

1.8.4. Identificación de la población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, la población de Imbabura de acuerdo con el último censo realizado corresponde a 398.244 habitantes.

El índice de crecimiento de Imbabura en relación con los últimos 7 años es del 1,5% lo que quiere decir que la población ha incrementado a 457.737 habitantes aproximadamente.

1.8.5. Segmentación de la población

Según el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, la población de Imbabura está segmentada con un porcentaje del 51,37% mujeres y 48,63% para los hombres del total de la población imbabureña.

La población urbana de Imbabura es de 217.407 habitantes y la rural consta de 196.250 habitantes.

De acuerdo con el índice de crecimiento anual de los últimos 7 años (1,5%) la población urbana incrementaría a 249.763 habitantes y la rural incrementaría en 207.974 habitantes.

1.8.6. Población económicamente activa (PEA)

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010 la población económicamente activa de Imbabura es de 168.734 habitantes.

La población económicamente activa con respecto al género está segmentada del 40,59% para mujeres y 59,41% para hombres.

La población ocupada o con empleo es de 161.752 habitantes y la población desocupada o sin empleo es de 146.868 habitantes.

El Servicio de Rentas Internas, manifiesta que existe un 39,29% de contribuyentes activos en Imbabura pertenecientes a la Población Económicamente Activa.

1.8.7. Segmentación de la población por edad

La población de acuerdo con el grupo de edad esta segmentada de 0 a 14 años con 126.968 habitantes, de 15 a 64 años con 239.049 habitantes y de 65 años en adelante con 32.227 habitantes imbabureños.

De acuerdo con el índice de crecimiento anual de los 7 años (1,5%) la segmentación de edad 0 a 14 años incrementaría a 145.927 habitantes, de 15 a 64 años incrementaría a 274.734 habitantes y de las demás edades en adelante incrementaría a 37.076 habitantes.

1.8.8. Calidad de vida de las personas

Este indicador está orientado en la forma diaria de vivir de las personas, se considera a la salud como el pilar fundamental para su logro, la satisfacción de las necesidades estas ya sean de carácter material, psicológicas, sociales y ecológicas se consolidan con el Objetivo tres del Buen Vivir.

En el Plan Nacional del Buen Vivir, en el objetivo número tres, referente a la Calidad de Vida de la Población, el estado se ha fijado once metas de las cuales tres han tenido un mayor porcentaje de logro y son las siguientes:

- 3.1 Reducir la mortalidad materna en un 29%.
- 3.10 Alcanzar el 95% de hogares en el área rural con sistema adecuado de eliminación de excretas.
- 3.11 Alcanzar el 83% de hogares con acceso a red pública de agua.

1.8.9. Contribución tributaria

De acuerdo con lo planteado en el objetivo 8 del Plan Nacional del Buen Vivir referente a Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible, plantea 5 metas, entre las cuales están: aumentar la contribución tributaria en un 16%, en la actualidad se ha alcanzado un 13,6% por lo que se estima que esta meta está cumplida.

1.8.10. Fuentes de empleo

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2017 el 40,62 % de la población imbabureña tienen empleo.

En enero del 2017, la tasa de desempleo alcanzó el 5,8 % a nivel de toda la provincia.

1.8.11. Actividades económicas a la que se dedica la población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010 de la población que cuenta con empleo el 28,95% son empleados privados.

Las ramas de actividad de empleo u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial tienen una participación del 11,77% de la población.

La rama de actividad de jornalero o peón es la que genera la mayor participación de empleo directo con un 14,13%.

1.8.12. Posibilidad de que estudiantes de la universidad puedan utilizar la aplicación

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010 los estudiantes que se encuentran matriculados en la educación superior son de 20.150 estudiantes.

De los cuales la población se divide de 17.023 estudiantes en el sector urbano y de 3.127 estudiantes en el sector rural.

1.8.13. Conocimiento de TICS

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010 la población que no utiliza internet, computador y teléfonos celulares es 76.127 habitantes.

De los cuales 38.459 habitantes pertenecen al sector urbano y de 37.668 habitantes al sector rural.

Esto se debe a que los accesos a las tecnologías de la información y comunicación son escasos en algunos hogares, a causa de no tener el suficiente poder adquisitivo para cubrir esta necesidad.

1.8.14. Numero de celulares activos

Según la ARCOTEL 2017, existen 200.808 celulares activos que cuentan con líneas activas de las cuales 12.769 tienen internet móvil.

1.9. Elaboracion de la matriz AOOD

Tabla 3
Matriz AOOD

Aliados	Oponentes
A1. Incremento del uso de teléfonos celulares debido a la globalización.	O1. Debido al mercado creciente de contribuyentes activos exista la creación de aplicaciones similares.
A2. El crecimiento económico de la provincia impulsa que las personas tributen cada vez de manera más consiente.	O2. La pérdida de los servidores de Google por atracos a sus bases de datos.
A3. Fácil acceso a la información reduce sanciones ocasionadas por el desconocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.	O3. Políticas estrictas de carga al Play Store creadas por Google.
A4. La acogida del sistema operativo Android por su funcionamiento dinámico y fácil acceso a las aplicaciones móviles.	O4. Caída de la economía de la provincia debido a bajas en las fuentes de ingresos con las que cuenta la misma.
Oportunidades	Riesgos
O1. Inexistencia de una guía tributaria que funcione por medio de una aplicación Android.	R1. Que el producto no llene las expectativas del suscriptor y no haya aceptación del servicio.
O2. El uso de herramientas tecnológicas abre el campo al conocimiento de TICS.	R2. Fallas en la compatibilidad de la aplicación con algunos celulares debido a versiones nuevas en Terminales o Software.
O3. La facilidad para obtener el servicio por medio de la tienda global Play Store.	R3. Debido a una gran magnitud en su programación el almacenamiento sea excesivo para su instalación.
O4. El incremento de la conectividad a nivel internacional aumenta la accesibilidad al internet y banda ancha.	R4. Consumo desmedido de internet o datos móviles si el alcance de ésta implica el uso de una base de datos.

Fuente: Diagnostico situacional
Elaborado por: Los Autores (2018)

1.10. Cruce estratégico de Aliados, Riesgos, Oponentes y Oportunidades

1.10.1. Aliados – Oportunidades

➤ *A₂ vs O₁*

Debido a la diversificación de las actividades económicas a las que se dedica la población, se ha impulsado a los contribuyentes a tributar cada vez de manera más consiente, esto ha provocado que tengan interés por conocer la ley tributaria y más aún aprovechar la existencia de una guía tributaria que funcione por medio una aplicación Android.

➤ *A₃ vs O₂*

El fácil acceso a la información reduce sanciones ocasionadas por el desconocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, esta cultura se ha venido promoviendo mediante el uso de herramientas tecnológicas las cuales abren un campo al cocimiento de TICS.

➤ *A₄ vs O₃*

La acogida del sistema operativo Android por su funcionamiento dinámico y fácil acceso a las aplicaciones móviles permiten que la distribución de la información tributaria se expanda y llegue a cada uno de los contribuyentes, más aún si el servicio estará en la tienda global Play Store.

1.10.2. Aliados – Oponentes

➤ *A₄ vs O₃*

Debido a la acogida del sistema operativo Android por su funcionamiento dinámico y fácil acceso a las aplicaciones móviles, Google Play ha logrado que sus productos se posicionen en el mercado global, por lo que los oferentes deben acatar las disposiciones establecidas por la misma, ya que éstas deberán ajustarse tanto a las necesidades del intermediario como del oferente.

➤ *A₂ vs O₄*

La diversificación de las actividades económicas a las que se dedica la población han impulsado a los contribuyentes a tributar cada vez de manera más consiente, generando ingresos al estado de manera constante, pues hoy en día los tributos son una de las principales fuentes de entrada de recursos para el estado, sosteniendo la economía de la provincia.

1.10.3. Aliados – Riesgo

➤ *A₁ vs R₂*

El incremento del uso de teléfonos celulares a nivel de casi toda la población, ha desencadenado que este prototipo se adapte a las condiciones de cada país, los mismo que tiene actualizaciones periódicas de sus versiones, disminuyendo la posibilidad de encontrar fallas en su compatibilidad.

➤ *A₁ vs R₃*

A causa del uso generalizado de teléfonos celulares a nivel global, el almacenamiento se ha convertido en un problema para los usuarios ya que la acumulación de información colapsa las tarjetas de memoria de los terminales, debido a esto los fabricantes han buscado soluciones permitiendo el incremento en la capacidad no solo interna sino externa mediante la tarjeta SD, sin limitar a los consumidores la instalación de aplicaciones.

➤ *A₂ vs R₁*

El hecho de que las personas tributen cada vez de manera más consiente, permite que una guía tributaria mediante una aplicación móvil facilite obtener información de ésta a cualquier hora del día, logrando que el suscriptor utilice este servicio y llene sus expectativas.

1.10.4. Oportunidades – Oponentes

➤ *O₂ vs O₂*

El uso de herramientas tecnológicas abre el campo a conocimiento de TICS, esto a su vez permite que tanto los usuarios como propietarios tengan mayor seguridad en su información, mediante la utilización de técnicas y métodos de privacidad que impedirán que haya atracos en los servidores.

➤ *O₁ vs O₄*

Al tener una guía tributaria a disposición del consumidor, se logrará que esté constantemente informado acerca de sus obligaciones tributarias evitando sanciones que afecten su economía, y a la vez le permitirá contribuir de manera puntual con los ingresos de la provincia, cumpliendo con sus deberes dentro de los plazos establecidos.

1.10.5. Oportunidades – Riesgos

➤ *O₄ vs R₄*

Debido al incremento de la conectividad internacional, se ha desarrollado una mayor accesibilidad a internet y banda ancha; en la actualidad la conectividad está disponible en gran parte de la provincia, es más en algunos lugares este servicio es gratuito lo que puede sostener el consumo de internet o datos de una aplicación.

➤ *O₃ vs R₁*

Los usuarios tienen la facilidad para obtener el servicio por medio de la plataforma de Google Play Store, ya que está activa las 24 horas del día, por lo tanto los contribuyentes podrán contar con el servicio ofrecido cuando lo requieran, de esta manera su descarga puede realizarse en cualquier momento.

1.11. Identificación de la oportunidad de inversión

Después de haber realizado el respectivo diagnóstico situacional, se puede apreciar que Imbabura constituye un territorio multiétnico en cada uno de sus cantones, la población económicamente activa es significativa al total de habitantes, en los últimos años ha existido un incremento en los ingresos debido a las diferentes actividades económicas que realizan las personas, entre ellas el comercio es una de las fuentes con más afluencia de empleo en la provincia, catapultando el número de contribuyentes activos para la región, lo cual se constituye en una de las oportunidades más importantes a explotar. En el campo de la tecnología, ARCOTEL manifiesta que en la telefonía móvil existe un número de celulares y líneas activas considerables ya que la sociedad y el ritmo de vida impulsa a la obtención del producto.

El uso frecuente de teléfonos celulares se ha incrementado, pues podemos decir que en la actualidad se ha convertido en una herramienta tecnológica necesario, y más aún si se le dota de aplicaciones que el contribuyente necesitará dentro de sus actividades diarias; por lo expuesto, desde el punto de vista del diagnóstico, el emprendimiento cuenta con todas las condiciones de viabilidad.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Introducción

La conceptualización abre campo a la cultura de la investigación, forma criterio y sustenta los respectivos análisis, donde se fundamenta lo propuesto y el respectivo conocimiento para la continuidad del proyecto.

2.2. Objetivo del marco teórico

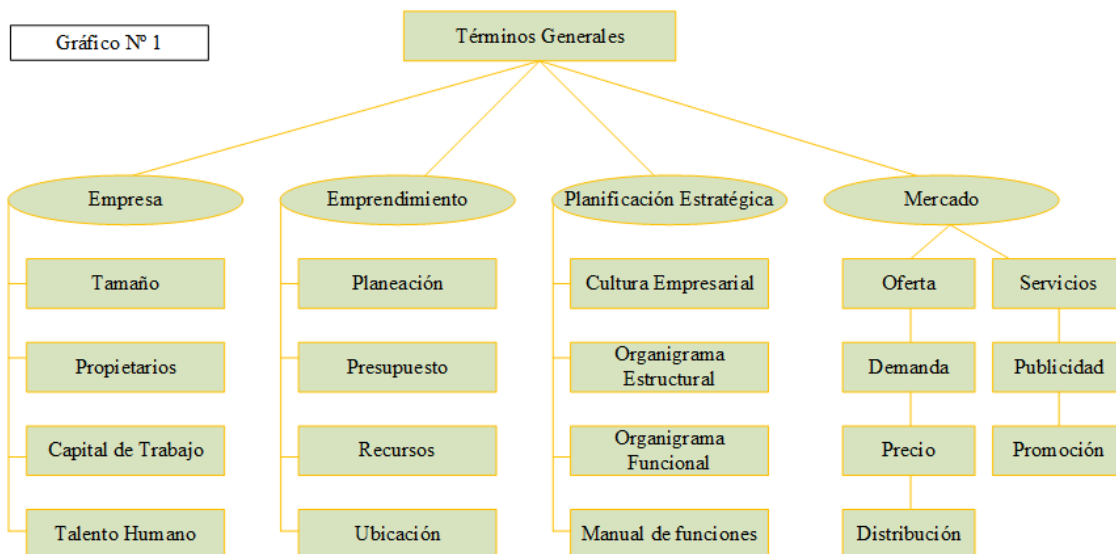
Estructurar un marco teórico a través de una investigación bibliográfica y linkografía con la finalidad de obtener un mayor conocimiento de los términos que se van a utilizar en el desarrollo del proyecto.

2.3. Bases teóricas y científicas

Por el tipo de proyecto se ha considerado conveniente presentar la investigación bibliográfica estructurada en tres grandes grupos que son: términos generales, específicos y técnicos.

2.4. Términos generales

Se analizarán los términos generales presentados en el mapa conceptual, de acuerdo con los siguientes enunciados:



2.4.1. Empresa

“Se podría definir el termino empresa como la unidad de producción organizada que trabaja dentro de un marco social para elaborar, a partir de un conjunto de factores productivos o inputs (personas, bienes y servicios), unos productos u outputs”(Moreno Vega & Moreno Vega, 2017, pág. 3).

“Un negocio o empresa es una organización en la cual los recursos básicos (factoras productivas), como materiales y mano de obra, se integran y procesan para ofrecer bienes o servicios (productos) a los clientes”(Warren, Reeve, & Duchac, 2016, pág. 2).

“Una empresa es resultado de actividades complejas que desarrolladas dentro de la comunidad tiene efectos dentro de sí misma y en su entorno; allí radica el grado de valoración de sus creadores, gestores y grupos interesados”(Pérez Días, 2014, pág. 130).

Los autores Moreno Vega definen empresa como la unidad de producción organizada que trabaja dentro de un marco social, en cambio para Warren, Reeve y Duchac la define como una organización en la cual los recursos básicos se integran para ofrecer bienes y servicios.

De esta manera la empresa se convierte en el centro de fabricación de productos y/o servicios, que aprovechando una oportunidad de mercado logren explotar una idea, es necesario la agrupación de varios factores como son principalmente las materias primas, la mano de obra, los CIF y gastos.

Éste terminó fundamenta a los emprendedores para la realización de la misma, ya que el objetivo del proyecto es crear una empresa.

2.4.1.1. Tamaño

“El tamaño que puede ser micro, pequeña, mediana o gran empresa; es importante dado la legislación de apoyos existentes en cada caso”(Palacios Acero, 2012, pág. 56).

“En el estudio técnico deberán identificarse los requerimientos de equipos necesarios para la operación normal del negocio y el monto de la inversión a realizar. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de estos equipos, se hará necesario identificar las necesidades de espacio físico para realizar la distribución en planta”(Flórez Uribe, 2015, pág. 180).

El autor Palacios Acero define al tamaño como micro, pequeño, mediano o gran empresa, en cambio Flórez Uribe contradice la conceptualización afirmando que son requerimientos de equipos necesarios para la operación normal del negocio.

El tamaño se establece como la magnitud que puede tener la realización de una empresa, está basado en las necesidades que el emprendimiento requiere para comenzar a ofrecer el servicio, principalmente se analiza el macroentorno con el fin de determinar si el lugar o plaza es óptimo, en el análisis del microentorno se realiza el estudio del espacio físico o de los respectivos implementos que irán dentro del emprendimiento.

Este punto estará inmerso dentro del respectivo estudio técnico que se realizará para conocer las dimensiones físicas del emprendimiento.

2.4.1.2. Propietario

“Es la facultad para la toma de decisiones que produzcan efectos. De hecho, quien decide es quien tiene la autoridad. El mando es el ejercicio de la autoridad”(Palacios Acero, 2012, pág. 190).

“Caracterizado por ser el dueño de la empresa, que realiza actividades heterogenias dentro de la misma y que su rol social es la de ser el capitalista dentro del sistema”(Brunet Icard & Otros, 2011, pág. 64).

El autor Palacios Acero define como propietario a la persona natural o jurídica que tiene la facultad para la toma de decisiones que produzcan efecto, mientras tanto el autor Burnet Icard dice que es caracterizado por ser el dueño de la empresa.

Por lo tanto se podría afirmar que propietario es aquel dueño de uno o más proyecto con una idea previamente plasmada con el fin de crear un negocio, la cual es puesta en marcha con la finalidad de obtener beneficios económicos, el propietario es quien dirigirá la empresa, quien tome las decisiones y establezca políticas de calidad para la continuidad del emprendimiento.

Permite el respectivo análisis para definir cómo debe actuar el dueño de una empresa, en el caso actual los propietarios son los emprendedores.

2.4.1.3. Capital de trabajo

“Corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo terminado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes”(Flórez Uribe, 2015, pág. 215).

“Son las inversiones que en forma de caja, cuentas por cobrar e inventarios, tiene que realizar una empresa para financiar el número de días que van desde la compra de insumos hasta recibir la venta de los productos”(Lira Briceño, 2014, pág. 35).

“Es el efectivo que una empresa o proyecto debe mantener para seguir produciendo mientras cobra lo vendido”(Lira Briceño, 2014, pág. 32).

El autor Flórez Uribe señala que el capital de trabajo es la agrupación de factores necesarios para la operación normal de una empresa, mientras que para el autor Lira Briceño con perfil en proyectos lo define como el monto necesario para mantener las actividades de una empresa.

En las dos definiciones se hace referencia al monto en efectivo que el emprendimiento o proyecto debe contar para seguir en el tiempo ya que de este depende la cobertura de algunas

obligaciones para el negocio. Si se trata de una empresa en marcha el capital de trabajo se obtiene mediante la resta de los activos corrientes menos pasivos corrientes.

Es importante analizar este término ya que por medio del cálculo de este monto el emprendimiento podrá cumplir con sus deberes y seguir con su las acciones económicas.

2.4.1.4. Talento humano

“Hace referencia, no tanto a las propias personas, sino a su habilidad, destreza experiencia y conocimientos. La identificación y valoración de estos recursos es una tarea sumamente compleja”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 24).

“Manifestados en la presencia de las personas que desarrollan las labores en las diversas áreas y niveles jerárquicos de la empresa”(Louffat, 2012, pág. 17).

Los autores Asensio del Arco y Blömer definen al talento humano como la habilidad, destreza experiencia y conocimiento al desempeñar una actividad, en cambio el autor Louffat define como la presencia de las personas que desarrollan las labores dentro de una empresa.

Por lo tanto es el departamento que está conformado por toda la capacidad humana con la que cuenta un emprendimiento u organización, quienes son los encargados de dar continuidad a las actividades de producción o de ejecución si se trata de servicios, este personal debe estar de acuerdo a las capacidades con las que cuenta en cada área de trabajo sin violar sus derechos.

Este aspecto será analizado dentro del estudio técnico que se realizará en el proyecto, con la finalidad de determinar la capacidad humana con la que contará el emprendimiento.

2.4.2. Emprendimiento

“Es la capacidad de diseñar una idea y, con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades”(Prieto Sierra, 2014, pág. 185).

“Conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de crear una empresa. Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con misión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficie a la empresa, la economía y la sociedad”(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013, pág. 31).

Tanto el autor Prieto Sierra como Uribe Macías y Reinoso Lastra coinciden en definir emprendimiento como la capacidad de diseñar una idea y aprovechar una oportunidad.

Entonces, ésta se complementa con el talento que puede contar una persona para ejecutar esas doctrinas que se ponen en marcha con una determinada inversión, la misma espera ser recuperada después de un determinado tiempo, previo a esto se realiza su respectivo proyecto donde los propietarios esperan determinar qué tan factible es la idea y que tiempo en realidad se demora para recuperar la inversión.

Esto es lo que se quiere conseguir, crear una guía tributaria que funcione por medio una app explotar una idea y que la misma rinda económicamente.

2.4.2.1. Planeación

“La planeación se refiere a la toma de decisiones sobre la creación, legislación, plan y objetivos de la organización”(Palacios Acero, 2012, pág. 17).

“Se refiere a la definición de los recursos que se requieren para la puesta en marcha del plan de negocio, elaborando un calendario y desarrollando un presupuesto para el mismo”(Flórez Uribe, 2015).

“Comprende el proceso de tomar decisiones sobre la operación de la empresa y prever, hasta donde sea posible, su funcionamiento”(Murcia Cabra, 2015, pág. 186).

Los autores Palacios Acero y Marcia Cabra coinciden en conceptualizar como un proceso para la toma de decisiones, mientras tanto el autor Flórez Uribe manifiesta que es la definición de los recursos que se requieren para la puesta en marcha del plan de negocios.

Entonces, es la capacidad para planificar y organizar una serie de actividades que estarán inmersas en el proyecto, estas pueden ser puestas en marcha con la asignación de los respectivos recursos económicos, humanos, entre otros.

Este punto estará inmerso dentro del estudio técnico que se realizará posteriormente en el proyecto, permitirá que todo en el emprendimiento se encuentre en orden y que los recursos no hagan falta.

2.4.2.2. Presupuesto

“Son los elementos de planeación encargados de cuantificar los gastos y/o costos necesarios para poner en ejecución las actividades y/o acciones administrativas previstas en el empleo eficaz y eficiente de los recursos organizacionales que permitan cumplir con la misión como objetivos y estrategias definidas previamente, dentro de los plazos previstos”(Louffat, 2012, pág. 34).

“Un presupuesto es una previsión, proyección o estimación de gastos. Como tal, es un plan de acción cuyo objetivo es cumplir una meta prefijada. Los presupuestos son parte de administración de las finanzas de familias, profesionales, empresas, organizaciones o países”(Significados, 2014).

Tanto para el autor Louffat en su libro como para lo citado en la página web Significados conceptualizan al presupuesto como el elemento para la planificación de gastos y costos en los que puede incurrir una empresa.

Por lo tanto permite que los emprendedores de un proyecto puedan planificar los suficientes recursos económicos que sostengan las operaciones del año siguiente, consiente en dar una visión a la cabeza de la organización de lo que se espera para el futuro del negocio y sobre todo permitirá la toma de decisiones eficientes y eficaces dentro del mismo.

Este aspecto será desarrollado dentro del estudio técnico y financiero que se realizará en el proyecto, con la finalidad de que el emprendimiento esté preparado para toda contingencia económica.

2.4.2.3. Recursos

“Todo proyecto necesita contar con una serie de recursos físicos, financieros, productivos, humanos, informáticos, tecnológicos, intelectuales y sociales, entre otros, que en el momento de ser utilizados, fortalezcan la implementación del proyecto”(Flórez Uribe, 2015, pág. 21).

“Son aquellos inputs del proceso productivo o factores disponibles de la empresa que son su propiedad o recaen bajo su control. Podemos distinguir distintos tipos de recursos: tangibles intangibles y humanos”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 33).

“Son los desembolsos en efectivo que exige el proyecto para empezar a desarrollar su actividad propia, es decir, a generar los beneficios para los que fue concebido”(Ramírez Padilla, 2013, pág. 341).

Los autores Flórez Uribe experto en proyectos y Ramírez Padilla con conocimientos en contabilidad coinciden que los recursos son los desembolsos que exige el proyecto para su implementación, mientras tanto los autores Asensio del Arco y Blömer afirman que son aquellos factores disponibles para la empresa.

Por lo tanto este factor analiza la cantidad ya sea económica o humana que necesitará el emprendimiento para empezar sus actividades, estos recursos permiten que el proyecto tenga

continuidad y pueda llegar de la mejor manera a su fase final, asegurar la generación del servicio sin que cause contratiempos o pérdidas económicas.

Este aspecto será definido dentro del estudio técnico como parte de la inversión inicial.

2.4.2.4. Ubicación

“La ubicación permite determinar el medio ambiente que rodea a la empresa y de qué forma contribuye o afecta su desempeño”(Palacios Acero, 2012, pág. 56).

“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como Macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocido como Microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”(Flórez Uribe, 2015, pág. 185).

El autor Flórez Uribe emite una definición donde las principales variables de la ubicación es la micro y macro localización, en cambio el autor Palacios Acero hace referencia como la determinación del medio ambiente que rodea a la empresa.

De esta manera la ubicación permite que los emprendedores tengan una visión o un conocimiento sobre el área donde estará ubicada la empresa, principalmente se debe tomar en cuenta la macrolocalización ya que está enfocada en un territorio amplio y la microlocalización que se enfoca al análisis minucioso de la ubicación que en sí, es donde los emprendedores establecerán la planta.

Este aspecto permite contar con el conocimiento para la asignación del lugar estratégico para el emprendimiento, estará inmerso en las decisiones de los propietarios para su asentamiento y será determinado dentro del estudio técnico.

2.4.3. Planificación estratégica

“Presta apoyo en la preparación, ejecución y control de un plan coherente para el crecimiento y desarrollo de la operación, incluyendo la toma de decisiones relativas a las metas, cambios en las actividades realizadas y nuevas inversiones”(Flórez Uribe, 2015, pág. 175).

“Es una función de la dirección de la empresa y consiste en fijar los objetivos y diseñar las estrategias para alcanzarlos”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 33).

“Se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos”(Fred R, 2013, pág. 5).

El autor Flórez Uribe define a la planificación estratégica como la preparación, ejecución y control de un plan coherente, en cambio el autor David Fred, define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias.

Por lo tanto se basa en la alineación del proyecto con respecto a los objetivos propuestos por los emprendedores, ésta permite controlar y ejecutar las actividades de la mejor manera y al mismo tiempo mide el cumplimiento de metas. Permite que los líderes del emprendimiento tengan una mejor idea respecto a la toma de decisiones, y ayuda a la ejecución del POA si las circunstancias lo ameritan.

Esto estará inmerso dentro de las acciones que se den para cada actividad del emprendimiento y el cumplimiento de las mismas.

2.4.3.1. Cultura empresarial

“Es la traducción al español de la expresión entrepreneurship y hace referencia a una serie de valores, creencias, actitudes, reacciones y formas de actuar que necesitan tener los líderes empresariales”(Flórez Uribe, 2015, pág. 18).

“Conjunto de valores, ideas, actitudes, y normas de comportamiento aprendidos y compartidos entre los integrantes de una organización”(Kerin, Hartley, & Rudelius, 2014, pág. 685).

“Es lo que identifica la manera de ser de la empresa. Ésta se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y en la adaptación a los cambios de carácter externo e interno. Es el conjunto de valores, normas y manifestaciones que se reflejan a las actitudes y comportamientos de las personas que configuran la empresa”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 40).

Para los autores Kerin, Hartley y Rudelius definen a la cultura empresarial como el conjunto de valores, ideas, actitudes y normas de comportamiento, en cambio los autores Asensio del Arco y Blömer sostienen que es lo que identifica la manera de ser de la empresa.

Entonces se puede mencionar como la cultura empresarial que está orientada a la parte filosófica del emprendimiento, es aquí donde nace la razón social, misión, visión, objetivos del proyecto que serán puestas en marcha, además brinda ciertas políticas y valores que tendrán que ser acogidas por todos los miembros que conformen la iniciativa de este trabajo con el fin de tener una ideología fundada dentro del mismo.

Se tomará en cuenta dentro del reconocimiento y forma de ser del emprendimiento, esto se analiza en la estructura organizativa del trabajo.

2.4.3.2. Organigrama estructural

“Es la representación gráfica de la estructura empresarial del proyecto”(Flórez Uribe, 2015, pág. 58).

“Puede describirse como un instrumento que indica los aspectos más importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y relaciones de cada empleado. Representa gráficamente la estructura organizativa de la empresa: la división de departamentos, los niveles jerárquicos, los canales formales de comunicación, los niveles de autoridad y responsabilidad”(Asencio del Arco & Blömer, 2013, pág. 257).

“Son representaciones gráficas de las áreas de responsabilidad y de las comunicaciones formales respectivas, son usadas por la mayoría de las empresas para indicar exclusivamente la estructura básica de la organización”(Rojas López, 2015, pág. 41).

Para el autor Flórez Uribe el organigrama es la representación gráfica de la estructura empresarial del proyecto, mientras tanto los autores Asencio del Arco y Blömer lo conceptualizan como un instrumento que indica los aspectos más importantes de una organización debido a que muestra los niveles jerárquicos y canales de comunicación de la empresa.

Entonces ésta da un conocimiento de cómo estará ordenada una empresa, generalmente se la expresa de forma gráfica, se compone de mandos altos, medio y bajos, a través de un organigrama se mantendrá el respectivo orden jerárquico, y proporcionará adentro de ella un ambiente ordenado y que dinamice los procesos dentro de una organización.

El estudio de este aspecto se incluirá al momento de conformar los departamentos necesarios para el buen desarrollo del emprendimiento, su análisis va dentro de la estructura organizativa del trabajo.

2.4.3.3. Organigrama funcional

“Reúne a un departamento a todos los que realizan una o varias actividades relacionadas entre sí, por ejemplo diseño, construcción, área comercial, entre otros. Es la forma más lógica y básica de la departamentalización, se encuentra en la mayoría de las empresas pequeñas ya que permite utilizar eficientemente los recursos especializados, facilita la supervisión porque cada gerente es experto en un número pequeño de habilidades”(Rojas López, 2015, pág. 41).

“Una estructura funcional agrupa las tareas y las actividades por función del negocio como producción/operaciones, marketing, finanzas/contabilidad, investigación y desarrollo, y sistema de administración de información”(Fred R, 2013, pág. 221).

“Este tipo de estructura basa su organización en especialización que cada persona posee. Éstos reciben órdenes de sus superiores en función de la especialidad adquirida”(Morueco, 2014, pág. 10).

El autor David Fred define al organigrama funcional como la estructura que agrupa las tareas y las actividades por ocupación del negocio, en cambio el autor Morueco manifiesta que este tipo de estructura basa su organización en la especialización que cada persona posee.

Por lo tanto este instrumento permite que el emprendimiento pueda presentar de forma gráfica los cargo correspondientes a los líderes de cada departamento de manera jerárquica, contribuyendo a proporcionar organización funcional al proyecto y a definir el orden dentro de la misma, principalmente proporciona información para aquellos que deseen conocer la estructura ocupacional de la empresa y ayuda con la delegación de funciones en cada uno de los departamentos.

Esto estará inmerso en la asignación departamental del personal por el que estará conformado el emprendimiento, su análisis se da en la estructura organizativa.

2.4.3.4. Manual de funciones

“De acuerdo con los cargos definidos, describir en forma resumida, la identificación del cargo y una breve descripción de los mismos”(Flórez Uribe, 2015, pág. 58).

“Engloba el análisis y descripción de los diferentes cargos, herramientas que originan la eficiencia de la administración de los Recursos Humanos y permiten establecer normas de coordinación entre cargos”(Delgado Loor, 2014).

El autor Flórez Uribe y el autor Delgado Loor coinciden en definir al manual de funciones como un breve análisis y descripción de los diferentes cargos de cada empleado.

Entonces, es el documento que este compuesto de información de cada uno de los integrantes que formen parte del emprendimiento con el respectivo cargo, también proporciona políticas que vayan en beneficio de la empresa y de los trabajadores. Esta herramienta permite la eficiencia de los recursos humanos dentro de la organización.

Su estudio permitirá conocer las cualidades del capital humano por el que estará constituido el emprendimiento, se tratará en el estudio técnico.

2.4.4. Mercado

“Es el sitio donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda de un producto y/o servicio”(Flórez Uribe, 2015, pág. 99).

“Los economistas describen el mercado como el grupo de compradores y vendedores que realizan transacciones sobre un producto o clase de productos (como el mercado de vivienda o el mercado de granos)”(Kotler & Kevin, 2016, pág. 7).

“Entorno de intercambio electrónico de información y comunicación ocupado principalmente por tecnologías de computadoras y telecomunicaciones, y ofertas digitalizadas”(Kerin, Hartley, & Rudelius, 2014, pág. 688).

El autor Flórez Uribe define al mercado como el sitio donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda, mientras tanto para Kerin, Hartley y Rudelius autores del libro marketing digital lo definen como el entorno de intercambio electrónico de información y comunicación ocupada principalmente por tecnología.

De esta manera se puede definir cómo el sitio donde todas las personas podrán obtener un producto ofertado por un emprendimiento, con el fin de satisfacer una necesidad, sus variables son la oferta y la demanda que sirven para la fijación de precios y permiten conocer el comportamiento de algunas variables.

La determinación del mercado para la venta del producto, será fijada dentro del estudio de mercado.

2.4.4.1. Oferta

“Es la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo. La oferta global es la sumatoria para cada precio de las cantidades que todos los productores de ese mercado desean ofrecer”(Flórez Uribe, 2015, pág. 129).

“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto”(Arboleda Vélez, 2013, pág. 88).

El autor Flórez Uribe define a la oferta como la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que una empresa desearía ofrecer, en cambio el autor Arboleda Vélez conceptualiza a la oferta como la cuantía de bienes o servicios que brinda o puede proporcionar una empresa.

Por lo tanto este es el alcance de servicios y/o productos que un emprendimiento desea ofrecer a sus consumidores, ésta forma parte del mercado, la principal condición es proporcionar conocimiento a los propietarios, ya que en relación a ella se determinan los precios, el nivel de satisfacción del cliente o la consideración de mejora del servicio.

Este aspecto será estudiado dentro del análisis de la oferta para conocer su posible mercado, y será desarrollado dentro del estudio de mercado.

2.4.4.2. Demanda

“Es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio. La demanda está en función del comportamiento del nivel de ingreso de los consumidores, del uso de los gastos de los mismos, de la tasa de crecimiento de la población, del desempeño de los precios, de las preferencias de los consumidores y de la actuación de las instituciones del gobierno”(Flórez Uribe, 2015, pág. 130).

“La demanda de mercado de un producto es el volumen total susceptible de ser adquirido por un grupo de consumidores definido en un área geográfica determinada, durante un periodo establecido, en un entorno de marketing correcto y bajo un programa de márketing específico”(Kotler & Kevin, 2016, pág. 87).

“La cantidad de un bien o servicio que los hogares desearían comprar se denomina demanda por ese bien o servicio. La demanda es un flujo nos interesa no solo una compra aislada sino el flujo continuo de compras”(Rojas López, 2015, pág. 28).

Para Kotler y Kevin la demanda es el volumen total susceptible de ser adquirido por un grupo de consumidores, mientras tanto el autor Rojas López sustenta como la capacidad de un bien o servicio que los hogares desearían comprar.

Entonces, es aquella cantidad de productos que las personas compran al emprendimiento con el fin de cubrir una necesidad que está en función de sus actividades económicas, forma parte del mercado así como la oferta también es muy importante para el análisis de los propietarios ya que de acuerdo a su acogida perdurará en el tiempo.

Este término será requerido dentro del estudio de mercado en el trabajo.

2.4.4.3. Precio

“Se trata de estimar un precio teniendo en cuenta su estructura de costos proyectados al bien y/o servicio”(Flórez Uribe, 2015, pág. 57).

“Es el valor monetario, que está dispuesto a pagar el cliente por un producto o servicio. Debe satisfacer las necesidades del cliente y generar rentabilidad a la empresa. No se debe fijar el precio de un producto y servicios de forma empírica, se debe tener en cuenta: los costos, el precio de la competencia, ingresos de los clientes, demanda y oferta, precios regulados, prestigio del producto”(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013, pág. 101).

“Es un variable relevante en el marketing mix. Las empresas pueden elegir entre diversos métodos de fijación de precios. Desde el punto de vista del marketing también pueden escogeré diferentes estrategias para impulsar sus ventas”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 234).

El autor Flórez Uribe opina que se trata de estimar un precio teniendo en cuenta su estructura de costos proyectados en cambio Uribe Macías y Reinoso Lastra manifiesta que es el valor monetario que está disponible a pagar al cliente por un producto o servicio.

Por lo tanto este es aquel valor que será cubierto por los clientes con el fin de obtener un servicio y/o producto, como se mencionó anteriormente la fijación del mismo se basa en los costos de producción y el alcance o poder adquisitivo con el que cuentan los consumidores, principalmente los precios deben ser basados en el factor competencia ya que de esto depende su demanda.

Se incluirá dentro de la fijación de precios del producto, lo que permitirá que el emprendimiento de valores con criterio, su análisis se da dentro del estudio de mercado y financiero.

2.4.4.4. Distribución

“El objetivo de la distribución es hacer llegar el producto y/o servicio desde su punto de origen hasta el consumidor en cantidad y calidad adecuadas. Es por tanto la ruta o el camino por el que los productos y/o servicios cambian de manos entre fabricantes, mayoristas, minoristas, hasta el consumidor final”(Dueñas Nogueras, 2015, pág. 258).

“La distribución es la variable estratégica del marketing que relaciona la producción con el consumo. Su misión es poner el producto a disposición del consumidor en cantidad demandada, en el momento que los necesita y el lugar donde desea adquirirlo”(Asencio del Arco & Blömer, 2013, pág. 240).

El autor Dueñas Nogueras y los autores Asencio del Arco , Blömer coinciden que es poner el producto a disposición o en las manos del consumidor.

De esta manera se determinaría como el factor fundamental en la repartición de los servicios y/o productos de su punto de fabricación hacia los clientes, ésta es una de las variables importantes en el estudio de Marketing del emprendimiento ya que en si por medio de esto se puede abrir canales de comercialización para el servicio.

Se refiere al establecimiento de un canal para la repartición del producto, su análisis se da dentro del estudio de mercado.

2.4.4.5. Servicio

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, identificables que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad, diseño y marca, junto con los servicios como garantía, mantenimiento y la reputación del vendedor. Es pues, un conjunto de beneficios que

satisfacen las necesidades del cliente. Es el objeto del intercambio que puede ser un bien, un servicio, una idea, una persona, un lugar”(Palacios Acero, 2012, pág. 120).

“Es el bien a comercializar, por tanto, teniendo en cuenta el fenómeno de la globalización que se vive en la actualidad, se deben desarrollar productos con altos niveles de innovación y calidad”(Flórez Uribe, 2015, pág. 98).

“Es el bien o servicio que se ofrece a los clientes para satisfacer sus necesidades. Del producto se deben identificar características como: tamaño, presentación, empaque (protege e identifica el producto), marca (es el nombre comercial que se le da al producto o servicio para diferenciarlo de la competencia, debe tener logo y eslogan, sencillo de leer, de pronunciar y de fácil recordación), calidad (se refiere a las características y cualidades que tiene el producto para satisfacer plenamente las necesidades y expectativas de los clientes), ciclo de vida, servicios adicionales, línea de producto (es la variedad de producto que se ofrecen relacionados entre sí bien porque se venden al mismo grupo de clientes o porque tiene una relación funcional)”(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013, pág. 98).

Para Palacios Acero un servicio es el conjunto de atributos tangibles e intangibles, mientras tanto el autor Flórez Uribe manifiesta que es el bien o servicio que se ofrece a los clientes para satisfacer sus necesidades, los dos autores concuerdan en que debe ser caracterizado por el tamaño, presentación o empaque si las condiciones ameritan.

Entonces, es aquel bien intangible que será fabricado con todas las normas de calidad para satisfacer a los clientes o consumidores, consta de un sinnúmero de estilos ya sean en su diseño o colores, la principal causa de su fabricación es la satisfacción de una necesidad humana o aprovechar una oportunidad de mercado y por ende recibir el beneficio económico a quienes lo fabriquen.

Este aspecto tomará forma con el producto que se quiere ofrecer, el mismo que se caracteriza por ser un servicio.

2.4.4.6. Publicidad

“Definimos la publicidad como una comunicación no personal y pagada, de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleve a cabo un promotor identificado”(Asencio del Arco & Blömer, 2013, pág. 243).

“Está orientado a hacer que el producto o servicio sea conocido por el mercado, que éste se recuerde, que el producto o servicio y la marca se posicionen y en general, a generar recordación”(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013, pág. 105).

“Forma cualquiera de comunicación no personal a cerca de una organización, un bien, un servicio o una idea pagada por un patrocinador”(Kerin, Hartley, & Rudelius, 2014, pág. 691).

Para los autores Asencio del Arco y Blömer conceptualizan a la publicidad como la comunicación no personal y pagada de promoción de ideas, bienes o servicios, coincidiendo con Kerin, Hartley y Rudelius, mientras tanto los autores Uribe Macías y Reinoso Lastra opinan que está orientado a hacer que el producto o servicio sea conocido por el mercado

Por lo tanto se entiende como aquellas acciones que tomará el emprendimiento para tratar de hacer conocer a la entidad o al servicio a ofrecer, permitirá que su nombre se posicione y que los clientes lo recuerden fácilmente, también abre canales de distribución y de venta en diferentes lugares de una zona geográfica.

La publicidad permite determinar los medios para hacer que el emprendimiento sea conocido, su análisis se da en el estudio de mercado.

2.4.4.7. Promoción

“Es una actividad que busca el movimiento del producto, hace rotar los inventarios, vender. Se debe realizar cuando hay problemas en las ventas, cuando hay cambios de colección e incluso cuando hay productos con algún desperfecto que no puede ser ofrecido al mercado por no cumplir con alguna de sus especificaciones”(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013, pág. 105).

“Es el conjunto de actividades que tratan de comunicar los beneficios que reporta el producto y de persuadir al mercado objetivo de que lo compre”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 242).

Para los autores Uribe Macías y Reinoso Lastra definen a la promoción como la actividad que busca el movimiento del producto, hace rotar los inventarios, mientras que para los autores Asensio del Arco y Blömer analizan como el conjunto de actividades que tratan de reportar los beneficios del producto.

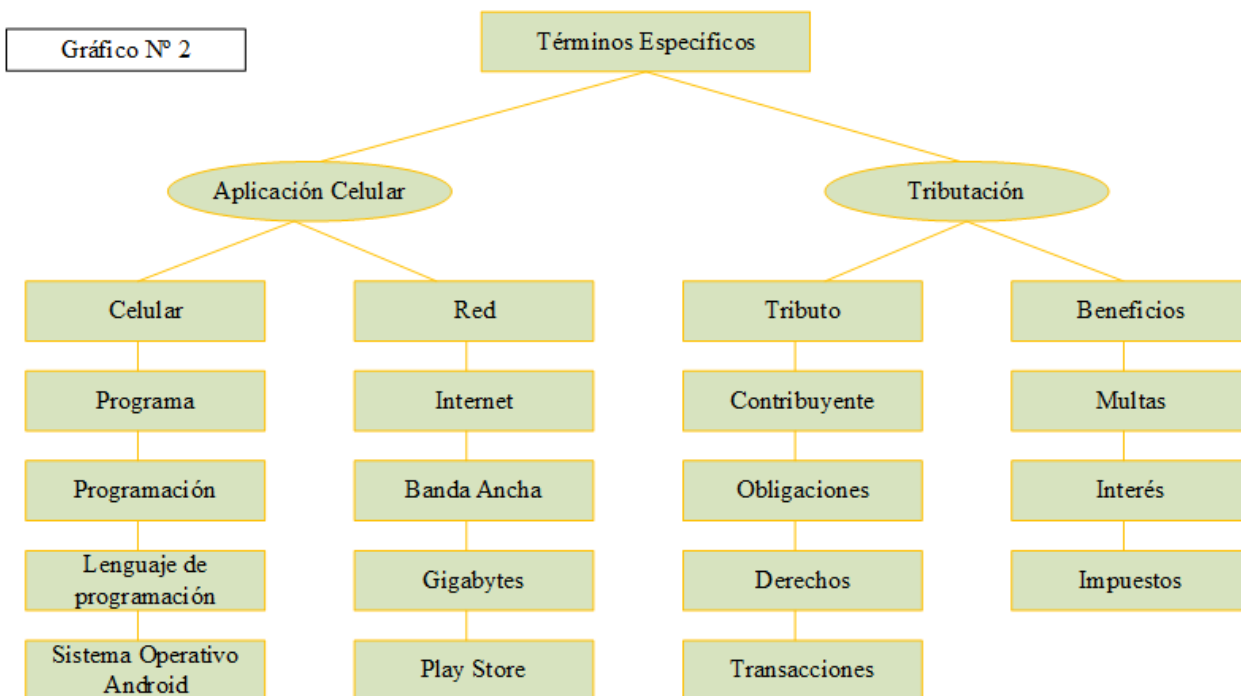
Entonces es aquel acto que permite la circulación de productos que se encuentran estancados y que necesitan tener rotación dentro de la organización, permitirá que el emprendimiento pueda mover los inventarios y en algunos casos vender productos que no tuvieron acogida por los consumidores, de esta manera una estrategia permitirá mitigar perdidas en la fabricación de ciertos productos.

La promoción fija las políticas de venta del producto, su análisis se da en el estudio de mercado.

2.5. Términos específicos

Los aspectos que serán analizados a continuación permiten que el conocimiento se centre netamente en la construcción del producto y que posteriormente se convertirá en un emprendimiento.

Se examinarán los términos en el mapa conceptual, de acuerdo a los siguientes enunciados:



2.5.1. Aplicación celular

“Programas de software pequeños y descargables que se pueden ejecutar en teléfonos inteligentes y tabletas electrónicas”(Kerin, Hartley, & Rudelius, 2014, pág. 683).

“El termino app es una abreviatura de la palabra en inglés application. Es decir, una app es un programa. Pero con unas características especiales”(Gutierrez, 2017).

Los autores Kerin, Hartley, Rudelius creadores del libro Marketing digital conceptualizan a la aplicación celular como un programa de software pequeño y descargable que se puede ejecutar en teléfonos, el autor Gutiérrez coincide con la opinión vertida por el anterior autor definiéndola también como un programa, pero con características especiales.

Por lo tanto es aquel programa que puede ser instalado en un celular que funciona con un sistema operativo Android, su principal función es dinamizar y hacer que el uso del celular sea más sencillo para los suscriptores de una app, aquellas aplicaciones son parte fundamental del

móvil ya que si no contara con ellas, simplemente sería una herramienta de comunicación salida y recepción de llamadas.

El conocimiento de este término implica la creación de una aplicación que en si el emprendimiento busca.

2.5.1.1. Celular

“Un teléfono celular es un dispositivo inalámbrico electrónico que permite tener acceso a la red de telefonía celular o móvil. Se denomina Celular debido a las antenas repetidoras que conforman la red, cada una de las cuales es una célula, si bien existen redes telefónicas móviles satelitales”(EcuRed, 2018).

“Es dispositivo o aparato relativamente de tamaño pequeño, con algunas capacidades de procesamiento de datos, que pueden tener una conexión permanente o intermitente a una red, con una memoria muy limitada, que ha sido diseñado específicamente para una función, pero que puede llevar a cabo otras funciones para distintos usos.”(Ramirez, 2013).

La página web EcuRed define al dispositivo inteligente como un artefacto electrónico que permite tener acceso a la red de telefonía celular, el autor Ramírez coincide con la opinión vertida en la página web y afirma que es una conexión permanente o intermitente a una red.

Entonces este es un artefacto electrónico de un tamaño proporcionalmente pequeño más conocido como dispositivo móvil, debido a las capacidades de tecnología con las que cuenta puede soportar programas pequeños más conocidas como apps que hacen que se convierta en una herramienta dinámica.

Esta herramienta es importante analizar ya que será el puerto donde estará instalado el servicio objeto del proyecto.

2.5.1.2. Programa

“Un programa es una serie de ordenes o instrucciones ordenadas con una finalidad concreta que realizan una función determinada”(Moreno Pérez, 2013, pág. 12).

“Un programa es un conjunto de pasos lógicos escritos en un lenguaje de programación que nos permiten realizar una tarea específica. El programa suele contar con una interfaz de usuario. Es decir, un medio visual mediante el cual interactuamos con aplicación”(CILSA, 2017).

Para el autor Moreno Pérez el programa es una serie de ordenes o instrucciones ordenadas con una finalidad, en la página web CILSA se afirma que es un conjunto de pasos lógicos escritos en un lenguaje de programación que permite realizar una tarea específica.

Por lo tanto permite la asociación de vínculos lógicos que de una manera agrupada para formar un producto en este caso una aplicación celular que se convierte en un componente de un producto electrónico inteligente; para su funcionamiento, éste repite los ciclos continuamente, su programación esta desempeñada para repetir una actividad, las veces que sean requeridas.

Este término permite conocer lo que es el producto que se está analizando mediante el proyecto.

2.5.1.3. Programación

“Es el proceso por medio del cual se diseña, codifica, limpia y protege el código fuente de programas computacionales. A través de programación se dictan los pasos a seguir para la creación de código fuente de programas informáticos”(Conceptodefinicion.de, 2016).

“Es una serie de órdenes o instrucciones ordenadas con una finalidad concreta que realizan una función determinada”(Moreno Pérez, 2014, pág. 12).

Para la página web Conceptodefinicion.de define a la programación como el proceso por el cual se diseña, codifica, limpia y protege el código fuente de programas computacionales, en cambio

el autor Moreno Pérez manifiesta que es una serie de ordenes o instrucciones ordenadas con una finalidad concreta.

Entonces es aquella acción en la que un experto en la materia utiliza un medio o artefacto electrónico (computadora) para realiza una serie de agrupación en la que influyen varios conjuntos de lenguajes de programación que permite el funcionamiento de un software o una aplicación celular donde realiza actividades continuamente.

Este término permite conocer cómo se construirá el producto que se está analizando para el proyecto.

2.5.1.4. Lenguaje de programación

“Es una serie de símbolos ininteligibles (por los humanos), eso es porque los programas están en vinario que es el lenguaje que entienden las maquinas”(Moreno Pérez, 2013, pág. 12).

“Es el lenguaje nativo o lenguaje máquina; éste es un conjunto de instrucciones primitivas construidas en cada computador y difiere entre los diversos tipos de computadores existentes; dichas informaciones están en formato de código binario o digital”(Aguilar & Zahonero Martínez, 2011, pág. 13).

“Se puede definir como un conjunto de reglas o normas, símbolos y palabras especiales utilizadas para construir un programa y con él, darle solución a un problema determinado”(EcuRed, 2018).

Para el autor Moreno Pérez lenguaje de programación en una serie de símbolos ininteligibles, mientras tanto los autores Aguilar y Zahonero Martínez lo definen como el lenguaje nativo o lenguaje máquina, los autores de los libros coinciden en que su escritura se da en código binario.

Entonces para la creación de una aplicación celular es necesario la incorporación de este lenguaje de máquina que se basa en códigos continuos lógicos, informáticamente hablando tras

pantalla se desempeña el movimiento de este lenguaje que hace posible lo que se visualiza en una ventana con formas y no solo en símbolos, dicha información está en formato de código binario o digital.

Este término permite conocer uno de los componentes que son fundamentales para la creación del producto que se está analizando en el proyecto.

2.5.1.5. Sistema operativo Android

“Es un sistema operativo móvil que se basa en una versión modificada de Linux. Se desarrolló inicialmente por un startup (un negocio con amplias posibilidades de crecimiento) del mismo nombre, Android, Inc. En 2005, como parte de su estrategia para entrar en el mundo móvil, Google compró Android y se hizo cargo de su trabajo de desarrollo (así como de su equipo)”(Wei-Meng, 2012, pág. 24).

“Es un sistema operativo basado en Linux que fue pensado en un principio para usarse con un teclado y un cursor que permitía navegar por las aplicaciones. En la actualidad, tras varias actualizaciones, está pensado para dispositivos móviles con pantalla táctil, ya sean smartphones o tabletas”(Rastreador.com, 2014).

Tanto para el autor Wei-Meng como en la página web Rastreador.com coinciden en conceptualizarlo como un sistema operativo móvil que se basa en una versión mejorada de Linux, que fue pensado en un principio para usarse con un teclado y un cursor.

Por lo tanto este sistema operativo móvil de gran acogida por las personas y su atractivo dinámico permitirá tener en su base de datos aplicaciones, su creación no tenía como objetivo formar parte de un teléfono celular sino de un teclado y un cursor que controlen la navegación para una aplicación.

Este aspecto es analizado debido al sistema operativo en el que estará inmerso el producto a realizarse en el proyecto.

2.5.1.6. Red

“Podemos definir una red como un sistema de enlace entre dos o mas ordenadores conectados entre sí”(Morueco, 2014, pág. 307).

“Red digital diseñada para coordinar el flujo de comunicaciones de las empresas que realizan negocios entre sí”(Laudon & Guercio Traver, 2014, pág. 90).

El autor Morueco define a la red como un sistema de enlace entre dos o más ordenadores, en cambio, los autores Laudon y Guercio Traver la conceptualizan como una red digital diseñada para coordinar el flujo de comunicación de las empresas.

Por lo tanto este término se fundamenta en aquella acción que enlaza a un determinado número de ordenadores, con la finalidad de obtener información de un lugar a otro además permite que la información de ciertos productos estén dispuestos a toda hora, en este caso la aplicación tenga su contenido a la hora que necesite el suscriptor, en una organización esta transmite toda la información y mantiene conectada.

El análisis de este término permite conocer el canal por el cual se distribuirá el producto que está siendo analizado por el trabajo.

2.5.1.7. Internet

“Es una red formada por la interconexión cooperativa de redes de ordenadores. Dicho de otra forma, Internet es una red de redes. De hecho, el termino internet procede de las palabras inglesas interconnection y network; esto es, interconexión y red. Esto viene a significar que internet son miles de redes interconectadas”(Carballar Falcón, 2013, pág. 21).

“Es una red de redes pública de ordenadores comunicados por medio de conexiones telefónicas usando para ello un lenguaje o protocolo común denominado TCP/IP. Esta red mundial de redes permite intercambiar información o datos entre los usuarios (internautas). Internet no posee propietario y el funcionamiento se establece según las decisiones que adoptan los usuarios”(Morueco, 2014, pág. 311).

“Un enorme entramado público de redes de computadora que conecta a los usuarios de todo el mundo entre sí y con un vasto acervo de información”(Lovelock & Wirtz, 2015, pág. 599).

Tanto el autor Morueco como Caballar Falcón coinciden en que su funcionamiento se basa principalmente en una red.

Por lo tanto éste permite el traslado de información de un lugar a otro, se la denomina como la red de redes debido a la conectividad con la que cuenta, además su vinculación se puede dar de manera alámbrica e inalámbrica.

Este término es analizado ya que permitirá que los suscriptores puedan descargar el producto y a la vez puedan contar con actualizaciones cuando el servicio lo requiera, su análisis se da ya que es importante para la obtención del producto analizado por medio de este proyecto

2.5.1.8. Banda ancha

“Cualquier tecnología de comunicación que permite a los clientes reproducir archivos de audios y video de flujo continuo a velocidades aceptables, por lo general mayores a cien kbps”(Laudon & Guercio Traver, 2014, pág. 138).

“Se refiere a una amplia gama de frecuencias que se pueden dividir en canales. El tipo más común de banda ancha es el ADSL utilizando líneas parecidas a las telefónicas, y también por medio de DSL que en la que llega por compañías de cable y finalmente la banda ancha móvil

que utiliza radio bases para permitir la conexión por medio de redes 3G, 4G Y 4.5G en teléfonos y dispositivos móviles”(Castillo, 2016).

Los autores Laudon y Guercio Traver definen a la banda ancha como cualquier tecnología de comunicación que permite a los clientes reproducir archivos de audio o video, en cambio el autor Castillo contradice diciendo que son una amplia gama de frecuencias que se pueden dividir en canales.

Por lo cual hace referencia a la capacidad de transmitir información de una antena a un teléfono celular, su funcionamiento es de acuerdo a las capacidades de las operadoras móviles quienes son las encargadas de ofrecer este servicio, la conectividad es mediante radio bases permitiendo que los usuarios puedan acceder a cualquier servicio en cualquier lugar sin necesidad de una conectividad Wifi.

El termino es tomado en cuenta ya que es un factor que implica el funcionamiento del producto que se está analizado en el proyecto.

2.5.1.9. Giga byte

“Es una unidad de medida equivalente a 1,024 megas. Es comúnmente utilizado para determinar la capacidad de almacenamiento de un dispositivo o la cantidad de datos que puedes descargar utilizando un plan de celular”(Robinson, 2017).

“Unidad de almacenamiento. Gigabyte (GB) dependiendo de la exactitud que se desee. Un gigabyte, en sentido amplio son (mil millones de bytes), ó tambien, cambiando la unidad, 1.000 megas. Pero para más exactitud, 1 GB son 1.073.741.824 bytes ó 1.024 MB”(Alegsa L. , 2016).

Tanto el autor Robinson como Alegsa L coinciden en conceptualizar a gigabytes como una unidad de medida de almacenamiento con la que cuentan los productos electrónicos.

Entonces permite el almacenamiento con el que cuenta un dispositivo móvil, en base a él se establece medidas para la expansión de almacenamiento o para la descarga de cualquier producto en un dispositivo móvil.

Este término es analizado debido al vínculo que tiene con el producto y que el mismo llegue hacia su destino.

2.5.1.10. Play Store

“Es una plataforma creada por Google Inc, donde el usuario puede centralizar su música, aplicaciones y contenidos multimedia favoritos y luego acceder a ellos desde todos sus dispositivos: Ordenador, Tablet, teléfono móvil o incluso televisión”(QODE, 2013).

“Es un servicio de tienda virtual que permite distribuir aplicaciones (Apps) para funcionar en el sistema Android y Chrome OS. Este servicio es desarrollado y mantenido por la empresa Google, y es usado principalmente en dispositivos móviles como teléfonos inteligentes”(Alegsa, 2016).

En la página web QODE se define a play store como una plataforma creada por Google donde el usuario puede encontrar información, mientras tanto el autor Alegsa la define como un servicio de tienda virtual que permite distribuye aplicaciones, ambos coinciden en que es una tienda que no tiene presencia física.

Por lo tanto es el canal de distribución que Google ofrece a los suscriptores para acceder a su cuenta y descargar su contenido, mediante esta tienda virtual se puede expandir productos que específicamente no sean de la compañía Google, también ésta se convierte en la plaza para las apps.

Este término es analizado ya que el producto dispondrá de este servicio para su distribución.

2.5.2. Tributación

“Impuesto sobre la renta de las personas físicas en el apartado de rendimientos derivados de actividades económicas. Grava su beneficio de manera viable, de acuerdo a su cuantía: a mayor beneficio conseguido, mayor porcentaje en el pago del impuesto”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 56).

“La función de la tributaria es una actividad que concierne a la relación empresa-estado. Debido a que este modifica continuamente las leyes y decretos relativos a la función impositiva, tanto de las personas naturales como de las personas jurídicas, el departamento financiero debe estar siempre actualizado sobre los cambios y reformas tributarias, con el fin de no incurrir en transgresiones legales que originen multas y sanciones a la empresa”(Van Den Berghe R, 2016, pág. 218).

Los autores Asensio del Arco y Blömer conceptualizan a la tributaria como aquellas personas físicas en el apartado de rendimientos derivados de actividades económicas, en cambio para Van Den Barghe R la define como una actividad que concierne a la relación empresa-estado.

Por lo tanto es el método por el cual el gobierno recolecta dinero por el consumo de ciertos productos y/o servicios y en otros casos por las actividades económicas que realice un ciudadano, el fin de esto es distribuir de una manera equitativa los recursos económicos,

El termino es fundamental para el análisis ya que el producto está basado en una guía tributaria virtual objeto del proyecto.

2.5.2.1. Tributo

“Es un pago que se hace al estado por diferentes conceptos. Otra definición de acuerdo con el diccionario es: lo que el ciudadano paga para contribuir a los gastos del estado”(Rojas López, 2015, pág. 25).

“Es entendido como un tipo de aportación que todos los ciudadanos deben pagar al Estado para que este los redistribuya de manera equitativa o de acuerdo a las necesidades del momento. Exceptuando algunos casos, los tributos se pagan mediante prestaciones monetarias y se pueden agrupar en tres categorías: impuestos, contribuyentes y tasas”(Crespo Liñán, 2016).

El autor Rojas López define al tributo como un pago que se hace al estado por diferentes conceptos económicos, en cambio el autor Crespo Liñán lo considera como un tipo de aportación que todos los ciudadanos deben pagar al estado.

Es necesario tomar en cuenta este término ya que este pago contribuye con el estado por las operaciones que realiza una persona; ya sean por un negocio o la compra de un producto con el fin de optimizar la economía de un país y de distribuir las riquezas de una manera adecuada.

El proyecto presentará información sobre los tributos en el Ecuador, su análisis se abordará dentro del estudio técnico al tratar sobre el producto.

2.5.2.2. Contribuyente

“Es la persona o entidad que tiene la obligación de pagar un impuesto. Es el obligado frente a la hacienda pública, por haber realizado algún acto que genere el deber de pagar una cuota”(Muñoz, 2016).

“Es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otra persona”(Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa , 2014, pág. 5).

Tanto el autor Muñoz como para la DNJDN define a un contribuyente como aquella persona natural o jurídica que tiene la obligación de pagar un impuesto.

Entonces es una persona que después de haber desempeñado una serie de actividades tiene la obligación de realizar pagos al estado de acuerdo a los ingresos que percibe mensualmente siendo una obligación establecida en la ley, por lo que en el emprendimiento es importante distinguir y establecer la población del mercado meta.

Es importante incluir a los contribuyentes ya que el trabajo desea brindar cierta información útil para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

2.5.2.3. Obligaciones

“Son aquellas situaciones jurídicas en las que la empresa se encuentra en la obligación de pagar o dar a otra persona o entidad”(Dueñas Nogueras, 2015, pág. 280).

”Es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacer una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley”(Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa , 2014, pág. 3).

El autor Dueñas Nogueras creador del libro guía para emprendedores emite una opinión basada en la empresa definiendo como aquellas situaciones jurídicas en las que la empresa se encuentra en la obligación de pagar, en cambio para el Código Tributario del Ecuador centrado en la recaudación, afirma que es el vínculo jurídico personal, existente entre el estado a las entidades acreedoras.

Por lo tanto este acto es considerado como deudas que después de ciertas operaciones la empresa puede tener con terceros, hablando contablemente estas podrían ser pagos a proveedores, trabajadores, entre otros. En cuanto al aspecto tributario son los aportes que tiene los contribuyentes por el desempeño de alguna actividad económica, convirtiéndose así en una obligación con el estado.

El proyecto pretende informar sobre las obligaciones que se generen con el SRI por parte de los contribuyentes.

2.5.2.4. Derechos

“Son situaciones jurídicas en las que la empresa tiene el derecho de recibir, disponer o cobrar algo”(Dueñas Nogueras, 2015, pág. 280).

“Son leyes políticas creadas por los gobiernos; la segunda que los derechos son leyes morales y provienen de Dios; tercero que los derechos son leyes morales inherentes a la naturaleza humana”(Azél, 2017).

Dueñas Nogueras lo define como una situación jurídica en la que la empresa tiene el derecho a recibir algo, en cambio Azél afirma que son leyes y políticas creadas por los gobiernos, el concepto vertido por Azél es basado en los derechos humanos.

De acuerdo a lo antes citado se determina que los derechos son aspectos legales que se puede recibir por parte del Estado y que todos contamos con ellos.

Es importante dentro del proyecto ya que permitirá que los contribuyentes puedan conocer por medio de esta guía todas sus obligaciones para que sean cumplidas a tiempo, evitando sanciones y recargos y permitiendo a la vez que el estado pueda contar con recursos que serán convertidos en obras que irán en beneficio de la comunidad.

2.5.2.5. Beneficios

“Son incentivos que son otorgados por el Estado a los empresarios como una herramienta que ayude al crecimiento y desarrollo del país y a conseguir objetivos económicos y sociales, que apunten a una mejor calidad de vida de la población en general”(Alva, 2012).

“Que de conformidad con el Plan Nacional del Buen Vivir, es un deber primordial del Estado promover la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, incentivar la

inversión y fomentar el acceso equitativo a factores de producción, recursos financieros, tecnología y conocimiento”(Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa , 2005, pág. 1).

El autor Alva conceptualiza como incentivos que son otorgados por el estado, en cambio la Ley Orgánica de Incentivos a la Producción y Prevención de Fraude fiscal del Ecuador estipula que esto es un deber primordial del estado.

Por lo tanto se establece que los beneficios son dados por parte del Estado y por lo tanto todos los que conforman una sociedad obtienen estos atributos, por ello dentro de este emprendimiento es indispensable conocerlos y más aún en el ámbito tributario, ya que ayudará a las personas a tener más información acerca de los beneficios que pueden adquirir por parte del estado.

Se incluye al término beneficio debido que el producto trata de hacer conocer los aspectos positivos con los que cuenta la comunidad tributaria.

2.5.2.6. Transacciones

“Evento durante el cual se lleva a cabo un intercambio de valor entre dos partes”(Lovelock & Wrtz, 2015, pág. 602).

“Un acontecimiento o condición económica que afecta directamente la situación financiera de una entidad o el resultado de sus operaciones”(Warren, Reeve, & Duchac, 2016, pág. 10).

Los autores Lovelock y Wrtz consideran a la transacción como el evento durante el cual se lleva a cabo un intercambio, mientras que Warren, Reeve y Duchac opinan que es la afectación en la situación financiera de una entidad.

Entonces son los movimientos de dinero que se realizan entre dos o más partes, estas transferencias pueden ser debido a un pago o una venta, las transacciones también se realizan con

el fin de mover fuertes sumas de efectivo sin ponerlas en riesgo, implicando una manera segura para el cobro.

Es significativo incluir este término ya que por medio de este método se establecerá políticas de desembolso del producto; mediante la realización de una transacción se establecerá la forma y términos de compra venta del producto objeto del proyecto.

2.5.2.7. Multas

“Es una suma de dinero impuesta al autor de una falta, por un particular que ha recibido por un poder de carácter disciplinario; el monto de la multa no está en relación directa con el monto del perjuicio”(Enciclopedia Jurídica, 2014).

“Es una sanción de carácter pecuniario recogida en el código penal que junto con la de prisión son las que más se imponen en las sanciones”(Sevilla Cáceres, 2017).

Tanto en la página web Enciclopedia Jurídica como el autor Sevilla Cáceres coinciden que una multa es una sanción o suma de dinero impuesta por incumplimiento a la ley o por una falta.

Entonces una multa es el monto en efectivo que debe pagar una persona ya sea al estado o algún ente rector por el incumplimiento de una norma, para el emprendimiento ayuda de manera clara ya que permitirá generar información oportuna acerca de las multas que pueden percibir por no declarar a tiempo.

Es importante incluir este término dentro del estudio debido a que el producto a ofrecer brinda la posibilidad de recordar y cuantificar tanto los impuestos como las multas la comunidad tributaria.

2.5.2.8. Interés

“Es la parte de la cuota que se corresponde con el pago de intereses. El peso de los intereses en la cuota van disminuyendo en el tiempo”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 197).

“Se refiere a la renta obtenida por el uso del dinero. El monto de interés depende de la cuantía prestada y del tiempo que dure el préstamo”(Collazos Cerrón, 2016, pág. 21).

“Renta o ganancia que produce una suma de dinero o capital prestado a un tanto por ciento definido y durante un tiempo determinado”(Rojas Risco, 2014, pág. 508).

El autor Collazos Risco menciona que el interés se refiere a la renta obtenida por el uso del dinero, coincidiendo con el autor Rojas Risco. Mientras que los autores Asencio del Arco y Blômer manifiestan que es la parte de la cuota que corresponde con el pago del servicio de la deuda.

Entonces el interés desde el punto de vista tributario, es el valor adicional que se cobra por un pago tardío. Su cálculo depende de los períodos de atraso que haya tenido la empresa o contribuyente con el SRI, aportando al proyecto de manera útil ya que mediante la calculadora que tendrá dicha aplicación ayudará a determinar el valor generado.

2.5.2.9. Impuestos

“Es un tributo obligatorio exigido por el Estado a los individuos, para atender a las necesidades del servicio público, y el cual implica la imposición de un deber tributario para un fin que pretende satisfacer el interés general”(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013, pág. 32).

“Es el recaudo de dinero que hace el estado y cuya destinación no es específica, por ejemplo el pago del impuesto predial”(Rojas López, 2015, pág. 25).

“Es una prestación obligatoria que se le exige a los particulares, sin ningún tipo de contraprestación, con la finalidad de atender el gasto público”(Romero Romero, 2013, pág. 18).

El autor Rojas López lo define como el recaudo de dinero que hace el estado, en cambio Uribe Macías y Reinoso Lastra lo conceptualizan como un tributo obligatorio exigido por el estado, los dos autores coinciden en que estos son recaudados con la finalidad de atender el gasto público.

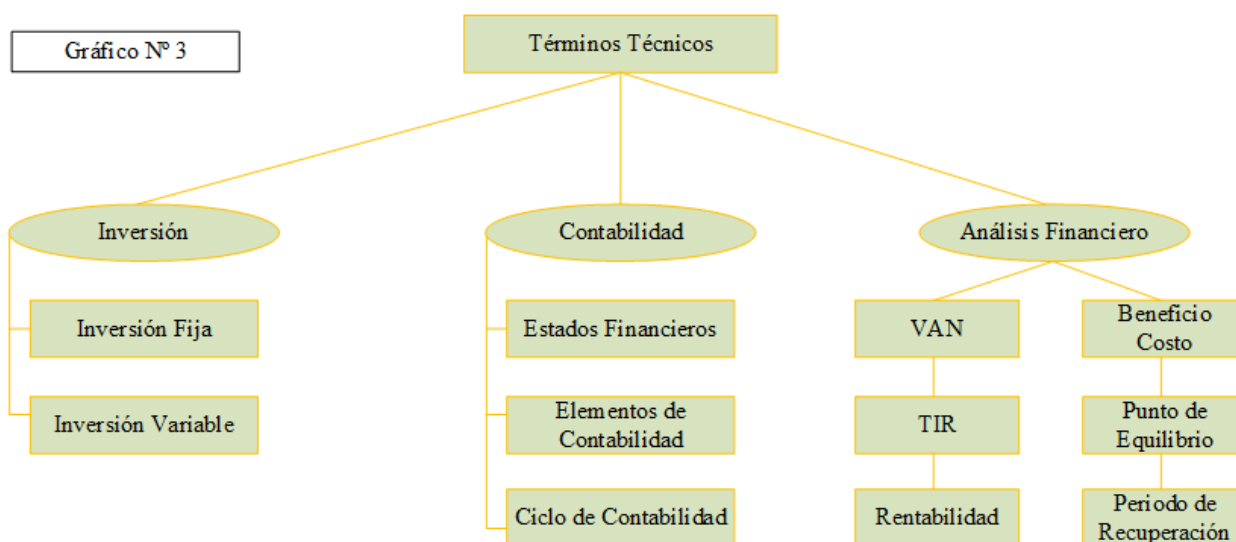
Entonces un impuesto es un tributo cuyo valor va en relación a las actividades que realicen las personas, este dinero se dirige al estado con el fin de cubrir ciertas necesidades para la población y para redistribuir los recursos.

La importancia de este aspecto es debido a que en el producto se quiere realizar un pre-cálculo de impuestos como el IR, IVA, entre otros.

2.6. Términos técnicos

Son aquellos aspectos que permiten el análisis de toda la parte financiera, contable del proyecto, su finalidad es buscar el grado de viabilidad del emprendimiento.

Se analizarán los términos técnicos presentados en el mapa conceptual, de acuerdo con los siguientes enunciados:



2.6.1. Inversión

“Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa”(Flórez Uribe, 2015, pág. 12).

“Consiste en la colocación de dinero en una empresa o en el caso de que sea financiera se adquieren valores con la finalidad de que se incremente mediante la ganancia de la empresa o el comportamiento del valor en el mercado”(CD, 2016).

“Se entiende por inversión en su más amplia concepción, al aprovechamiento de los recursos escasos en forma eficiente, con el propósito de obtener rendimientos, durante un periodo de tiempo razonable”(Collazos Cerrón, 2016, pág. 229).

El autor Flórez Uribe define a la inversión como el uso de los recursos, financieros, físicos y humanos, en cambio para la página web CD conceptualiza como la colocación de dinero en una empresa, Collazos Cerrón difiere de las dos opiniones mencionando a la inversión como la forma de aprovechar los recursos escasos de manera eficiente.

Por lo tanto es un valor monetario que se necesita para iniciar cualquier tipo de actividad económica, principalmente todos los proyectos comienzan con una inversión que esperan recuperar. Por ello es indispensable tomar en cuenta en el emprendimiento ya que de esta manera se podrá determinar el monto en efectivo que se deberá invertir para la puesta en marcha del mismo.

Es de interés analizar el término ya que permite determinar los posibles recursos que serán necesarios para la implementación del proyecto.

2.6.1.1. Inversión fija

“La integra los inmuebles y los activos fijos tangibles de uso permanente y necesario”(Araujo Arévalo, 2012, pág. 179).

“Está conformada por un conjunto de bienes de larga duración y está dividida en bienes tangibles e intangibles. Los primeros se caracterizan por su materialidad y están en su mayor parte sujetos a depreciación; los últimos se caracterizan por su inmaterialidad, pudiendo ser servicios o de derechos adquiridos, y como tales no están sujetos a desgaste físico u obsoleta”(Collazos Cerrón, 2016, pág. 230).

El autor Araujo Arévalo y el autor Collazos Cerrón concuerdan en definir a la inversión fija como la conformación de bienes de larga duración.

Por lo tanto es aquella inversión que dentro de un proyecto hace referencia a los activos fijos tangibles e intangibles de uso permanente y para el inicio de la producción del proyecto. Entonces para el análisis del emprendimiento es necesario tomar en cuenta cual va a ser la inversión fija con la que debe contar el mismo para un funcionamiento oportuno y adecuado.

Es pertinente su análisis debido que permite conocer los posibles activos fijos necesarios para comenzar las operaciones dentro del emprendimiento, se desarrollara en el estudio técnico y financiero.

2.6.1.2. Inversión variable

“Conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios por su funcionamiento, y que incluyen: patentes de inversión, marcas, diseños, comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua,

corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa”(Baca Urbina, 2013, pág. 175).

“Hace referencia a los desembolsos que realiza la empresa para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: estudios técnicos, económicos y jurídicos, gastos de creación, montaje, ensayos y puesta en marcha y patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del personal”(Flórez Uribe, 2015, pág. 98).

El autor Baca Urbina lo define como el conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, en cambio Flórez Uribe hace referencia a los desembolsos que realiza la empresa para la puesta en marcha.

Por lo tanto es aquella inversión que dentro de un emprendimiento sirve para realizar los pagos de formación del proyecto. Por ello es importante considerar el dinero en efectivo que se invertirá para cubrir los gastos de operación y que se pueda iniciar dicho emprendimiento contando con servicios básicos y cumpliendo con la ley.

La inversión variable estará constituida por la aportación en unidades monetarias para la constitución legal del emprendimiento, su análisis se da en el estudio técnico y financiero.

2.6.2. Contabilidad

“La contabilidad es la parte fundamental de su sistema de información que posee una empresa y es la que va a permitir informar de la situación económica que ésta posee”(Morueco, 2014, pág. 38).

“Es un proceso que elabora información de las empresas de comercio, producción y de servicios”(Fierro Martínez, 2015, pág. 10).

“La contabilidad tiene por objeto aceptar todas las operaciones mercantiles para proporcionar información a los diferentes niveles gerenciales que les permita el control, administración y toma de decisiones sobre la empresa”(Van Den Berghe R, 2016, pág. 216).

Tanto el autor Morueco como el autor Van Den Berghe R coinciden que la contabilidad permite la información económica y financiera de una empresa.

Por lo tanto esta ciencia permite dar al emprendimiento una información pertinente, razonable; también mantendrá en orden todas sus finanzas y como punto principal es una de las primordiales fuentes para la toma de decisiones para los propietarios.

Es importante su implementación en el emprendimiento ya que por medio de la misma se mantiene en orden la economía.

2.6.2.1. Estados financieros

“Son los resúmenes que se obtienen del proceso contable durante un periodo, y que permiten analizar la gestión financiera y económica de la organización y manera general o fraccionaria según la necesidad del usuario que lo requiere. En las normas internacionales de contabilidad se plantea la presentación de cuatro (4) estados financieros y las revelaciones o memoriales de cada estado financiero”(Rincón Soto, Grajales Londoño, & Zamorano Ho, 2012, pág. 85).

“El departamento financiero debe producir informes que son el reflejo de los resultados de las operaciones de la empresa. La situación de una compañía y los resultados obtenidos se presentan en los estados financieros; ellos muestran en forma cuantitativa el origen y la aplicación de los recursos empleados por la empresa, el resultado obtenido, su desarrollo y su situación actual”(Van Den Berghe R, 2016, pág. 217).

“Son resultados contables reveladores de una situación específica de la empresa”(Rojas Risco, 2014, pág. 507).

Tanto para el autor Van Den Barghe R y el autor Rojas Risco concuerdan que son el resumen contable de un periodo; adicionalmente los autores Rincón Soto, Grajales Londoño y Zamorano complementan afirmando que permiten analizar la gestión financiera y económica de una organización.

Este término es importante evaluar ya que se mantendrá un registro de todas las operaciones que se van a dar dentro de una empresa correspondientes a un periodo que tiene la duración de un año, logrando estimar la situación financiera de cada uno de ellos, además son fundamentales para la determinación de ganancia o pérdida.

Esto es importante para el emprendimiento ya que se incluirá en la contabilidad y se podrá realizar un control adecuado de las finanzas.

2.6.2.2. Elementos de contabilidad

“Son los elementos relacionados directamente con la situación financiera, que, si cumplen los criterios de reconocimiento forman parte del balance, son: Activos, pasivos y patrimonio neto. Los elementos directamente relacionados con la medida de la actividad son los ingresos y los gastos, que, también siempre que cumplan los criterios de registro, forman parte de la cuenta de pérdidas y ganancias. Así mismo, los ingresos y gastos que representan variaciones directas en el patrimonio neto forman parte del estado de cambios en el patrimonio neto”(Besteiro Varela & Mazarracín Borreguero, 2016, pág. 55).

“Es un instrumento de representación y medida de un elemento patrimonial, que capta la situación inicial de éste y las sucesivas variaciones que se produzcan en el mismo. Presenta a cada elemento patrimonial con independencia del resto de elementos patrimoniales por lo que habría tantas cuentas como elementos patrimoniales existan”(Sánchez Estella & Tarodo Pisonero, 2015, pág. 14).

Los autores Besterio Varela y Mazarracin Borreguero concuerdan en un punto de la definición con los autores Sánchez Estella y Tarodo Pisonero manifestando que los elementos son cada uno de los componentes que forman parte de las situaciones financieras.

Entonces estos elementos se clasifican en: Activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos, que son componentes fundamentales para la contabilidad ya que de ellos se van dando cada uno de los procesos dentro de la misma, también estos permiten que la contabilidad sea clara y entendible para los propietarios.

Esta expresión se incluye al realizar los estados financieros ya que cada uno de ellos constituyen la estructura de los mismos y su propósito es brindar información confiable y oportuna que permita una adecuada toma de decisiones.

2.6.2.3. Ciclo de contabilidad

“El ciclo contable es un proceso que describe los procedimientos de elaboración de la contabilidad que deben seguirse para garantizar que todos los hechos económicos se reconozcan de acuerdo a los requerimientos de las NIIF, se evalúen de acuerdo a los modelos contables, se registren y se evalúen nuevamente a la fecha sobre la cual se informan y se transmitan en los estados financieros que se publican a los usuarios de la información para que tomen decisiones económicas”(Fierro Martínez, 2015, pág. 114).

“Los distintos pasos que se dan para que, partiendo de una situación inicial, con la anotación contable de los distintos hechos que hayan sucedido en la empresa, se llegue a una situación final”(Pallerola Comamala, 2013, pág. 72).

“Se refiere a todas las operaciones y transacciones que registra la Contabilidad en un periodo determinado, regularmente el del año calendario o ejercicio económico, desde la

apertura de libros hasta la preparación y elaboración de los estados financieros”(Bravo Valdivieso, 2013, pág. 33).

La autora Bravo Valdivieso define al ciclo contable como las operaciones y transacciones que registran la contabilidad en un periodo determinado, en cambio el autor Pallerola Comamala dice que son los distintos pasos que se dan para llegar a una situación final contablemente y de manera conjunta los tres autores mencionan conjuntamente que es un proceso para la correcta elaboración de la contabilidad.

De esta manera se orientará a la empresa a llevar un adecuado orden mediante los pasos necesarios para la adecuada elaboración contable, con un registro razonable de las operaciones económicas que se darán dentro del mismo, permitiendo que los procesos se vayan realizando de una manera organizada y sin alteraciones.

El ciclo contable estará estructurado dentro de los procesos que llevará el emprendimiento en sus actividades económicas, su análisis se da dentro del estudio financiero del proyecto.

2.6.3. Análisis financiero

“Su función está en recopilar los estados financieros de los últimos periodos para realizar un análisis vertical, comparando las cifras de un estado financiero determinado, obteniendo el porcentaje de cada elemento con relación al valor total y un análisis horizontal comparando la misma cifra en diferentes estados financieros para conocer su comportamiento de crecimiento o decrecimiento, con el fin de analizar las relaciones entre las diferentes cifras, observando los cambios presentados en las operaciones de la empresa”(Van Den Berghe R, 2016, pág. 218).

“Es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras. La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera

de la empresa, de modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa”(Gerencie.com, 2018).

Par el autor Van Den Berghe R la función del análisis financiero está en recopilar los estados financieros de los últimos periodos, en cambio la página Gerencie.com define como el estudio que se hace de la información contable mediante la utilización de indicadores.

Entonces se puede afirmar que el análisis financiero permite dar un conocimiento a los emprendedores que realizan un proyecto las posibles condiciones a las que pueden estar inmersos en el futuro, estos análisis se realizan mediante la comparación de estados financieros determinando sus porcentajes y analizando cada uno de ellos.

El termino se orienta al criterio que tomen los autores del proyecto para determinar su viabilidad económica, su análisis se da en el estudio financiero.

2.6.3.1. VAN

“Es el valor del proyecto medido en dinero de hoy monto es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto”(Flórez Uribe, 2015, pág. 283).

“Se ha traído al presente los flujos futuros y se han <<neteado>>, restándoles la inversión. Si el resultado es positivo, entonces debe aceptarse el proyecto (ha dado más de lo que se ha perdido); por lo contrario, se rechaza si el resultado es negativo (puesto que ha pedido más de lo que ha dado)”(Lira Briceño, 2014, pág. 95).

“Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa y descuento determinada previamente. Si el VPN es positivo se considera que el proyecto es favorable, ya que cubre el

nivel mínimo o de rechazo representado por la tasa de descuento. Si el VPN es igual o cercano a cero, el proyecto apenas cubre el costo mínimo. Si el van es negativo, la rentabilidad está por debajo de la tasa de aceptación; por tanto, el proyecto debe descartarse”(Araujo Arévalo, 2012, pág. 137).

El autor Flórez Uribe define como el valor del proyecto medido en dinero de hoy, mientras tanto para el autor Araujo Arévalo es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, y los tres autores coinciden que es un instrumento para medir el valor presente de la inversión.

Por lo tanto permite conocer cómo se encuentra el proyecto en el presente después de haber realizado la inversión, este análisis se puede obtener entre la representación matemática de los flujos netos caja del proyecto, si el indicador es positivo o igual a cero el proyecto es viable, si es negativo el proyecto es considerado no viable.

El indicador se incluirá al momento de combinar la inversión y los flujos de caja que arroje el emprendimiento, su análisis se da en el estudio financiero del proyecto.

2.6.3.2. TIR

“Permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocio antes de iniciar cualquier inversión. Si este llena las expectativas del inversionista, hará una realidad el plan de negocio. Si por el contrario, este no colma las expectativas financieras del inversionista, no invertirán en el plan de negocios”(Flórez Uribe, 2015, pág. 284).

“Es la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto paga a los inversionistas por invertir sus fondos allí”(Lira Briceño, 2014, pág. 96).

“Se conceptúa como aquella tasa de actualización que hace el valor presente de los ingresos igual al valor presente de los desembolsos, es decir que el valor actual neto sea igual a cero ($VAN=0$)”(Collazos Cerrón, 2016, pág. 131).

El autor Flórez Uribe conceptualiza el TIR como el instrumento que permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocios antes de iniciar cualquier inversión, mientras tanto el autor Collazos Cerrón manifiesta que es aquella tasa de actualización que hace el valor presente de los ingresos igual al de los desembolsos.

Entonces el indicador otorga un conocimiento del grado de rentabilidad que conlleva realizar el proyecto o el pago a favor que ésta puede generar a los propietarios del emprendimiento, si ésta llena las expectativas se realizará el proyecto caso contrario queda para el análisis.

Se incluirá en los análisis del estudio financiero para verificar si el proyecto cumplirá con las expectativas económicas de los inversionistas.

2.6.3.3. Rentabilidad

“Trata de medir la rentabilidad que obtienen los dueños de la empresa, es decir, la rentabilidad de capital que han invertido directamente (capital social) y de las reservas, que en definitiva son beneficios retenidos y que por lo tanto, corresponden a los propietarios”(Asensio del Arco & Blömer, 2013, pág. 132).

“Como su nombre lo indica, estas razones miden la rentabilidad del proyecto y se calculan comparando la utilidad en cualquiera de sus etapas, con otros rubros de interés y que puedan tener alguna relación con ésta”(Flórez Uribe, 2015, pág. 282).

“Consiste en traducir el VPN de un proyecto a una tasa que demuestre en términos relativos la conveniencia de aceptar o rechazar un proyecto de inversión”(Ramírez Padilla, 2013, pág. 362).

Los autores Asencio del Arco y Blômer dicen que la rentabilidad trata de medir la factibilidad económica que obtienen los dueños de la empresa, Flórez Uribe define como las razones que miden la factibilidad del proyecto.

Entonces ésta se basa en el grado de rentabilidad que puede generar toda actividad económica, dependiendo de esto, se toma las respectivas decisiones para la continuidad del emprendimiento, la rentabilidad permite medir y dar a conocer a los propietarios el grado o la magnitud de ganancia que puede llegar a tener este proyecto.

Es importante incluir la observación de este término al momento de verificar que tan factible es el emprendimiento su análisis se realiza en el estudio financiero del proyecto.

2.6.3.4. Beneficio costo

“Tambien llamado índice de redituabilidad, es el cociente de los flujos destacados de los beneficios o ingresos del proyecto sobre los flujos desconectados de los costos o egresos totales del proyecto”(Araujo Arévalo, 2012, pág. 137).

“Este método considera el valor temporal de dinero para explicar el calendario de flujos de efectivo (o beneficios) que ocurren desde la realización del proyecto. La relación B/C es una razón de los beneficios desconectados con respecto a los costos desconectados”(Rojas López, 2015, pág. 159).

El autor Araujo Arévalo considera como el cociente de los flujos destacados de los beneficios o ingresos del proyecto, en cambio para el autor Rojas López contradice la opinión y manifiesta que este indicador considera el valor temporal de dinero.

Por lo tanto este indicador da a conocer el beneficio que obtiene el proyecto por cada unidad de efectivo que se ha invertido en el mismo, este análisis permite conocer que tan factible es la

elaboración del emprendimiento, se obtiene mediante la relación de los ingresos y costos que se generarán respectivamente en un periodo.

Este indicador se incluye en el estudio financiero y con él se busca observar el grado de beneficio que dará la creación de la app.

2.6.3.5. Punto de equilibrio

“Este instrumento de análisis sirve para identificar en los periodos proyectados cual es el volumen de ventas necesarias para que el plan de negocio no pierda ni gane dinero”(Flórez Uribe, 2015, pág. 282).

“Se define como el valor de cualquiera de las variables criticas (o de riesgo) que hace que el VPN sea cero”(Lira Briceño, 2014, pág. 130).

“Es el punto obtenido en el cual el volumen de ventas permite cubrir todos los costos sin utilidad ni perdida alguna. Tambien conocido como punto critico o punto de empate”(Rojas Risco, 2014, pág. 511)

Para los tres autores antes mencionados concuerdan que el punto de equilibrio es la base donde ni se gana ni se pierde.

Permite evaluar la cantidad necesarias de ingresos o ventas que debe tener el emprendimiento para poder sostener aquellas obligaciones que se ocasionen por las operaciones diarias, este indicador es realizado con el objetivo de tener claro cuánto se debe producir para estar al día.

El punto de equilibrio será observado dentro del estudio financiero para determinar el nivel económico en el que el emprendimiento alcanzará a cubrir sus costos y gastos.

2.6.3.6. Periodo de recuperación de la inversión

“Su cálculo expresa en que año dentro del resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente neto se recupera la inversión”(Flórez Uribe, 2015, pág. 284).

“Este método consiste en determinar el tiempo que tarda un proyecto en ser pagado y se determina mediante restas sucesivas de uno por uno los flujos de efectivo a la inversión original (I_0), hasta que ésta quede saldada, de tal forma que si la inversión (I_0) se amortiza en un menor o igual al horizonte del proyecto, este se considera viable y se acepta caso contrario se rechaza”(Rojas López, 2015, pág. 165).

El autor Flórez Uribe emite una opinión donde manifiesta que el periodo de recuperación de la inversión permite determinar el tiempo en el cual se recupera los recursos invertidos en el proyecto y el autor Rojas López da una conceptualización casi compartida con lo anterior, afirmando que este método consiste en determinar el tiempo que tarda un proyecto en ser pagado.

Se puede concluir que es el tiempo en que se va a cubrir la inversión realizada para la puesta en marcha del emprendimiento, se determina mediante la acumulación de los flujos netos de caja actualizados y su principal función es informar a los inversionistas o propietarios el periodo en que recuperarán su dinero.

Este indicador es incluido en el estudio financiero analizando los flujos y presentando una conclusión a cerca de la conveniencia o no de implementar un proyecto.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

La investigación de campo es una fuente principal para la obtención de información del proyecto ésta debe ser medible y detallada, estos datos ayudan a comprender cuán importante es la reacción de terceros con respecto al trabajo, es importante recordar que para obtener esta fuente se debe aplicar ciertas variables que apoyan en su análisis.

La gran pregunta es ¿Como se realiza esto?, mediante un estudio de mercado que aporta con información cuantitativa y cualitativa que será respectivamente analizada con la finalidad de determinar la factibilidad del trabajo.

Este estudio arroja conocimientos que pueden ser de gran consideración dentro del proyecto, examina posibles compradores o consumidores de un bien o un servicio, de esta manera se estima la cantidad de productos que ofrecerá un negocio, también permite realizar una adecuada fijación de precios que fueron previamente investigados y aceptados por los posibles consumidores, otorga una idea clara de sus gustos y preferencias.

Toda esta información aporta para la implementación de la Microempresa y permite determinar el grado de aceptación de la población, observa el comportamiento de factores fundamentales en la distribución de los bienes, es decir, que el producto llegue a las manos del cliente y además abre los canales para los medios de comunicación del mismo.

Finalmente esta información se presenta en cuadros y gráficos estadísticos con el fin de dinamizar los respectivos análisis en los que se fundamenta el proyecto.

3.2. Objetivo del estudio de mercado

Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de la demanda, oferta y las P de marketing con la finalidad de obtener un mayor conocimiento acerca de las características del mercado meta.

3.2.1. Objetivos específicos

1. Determinar la demanda potencial existente para las guías tributarias mediante apps.
2. Identificar la oferta actual de productos dentro del mercado.
3. Estudiar el tipo y las características de un producto nuevo en el mercado.
4. Identificar el precio ideal para la venta del producto.
5. Definir el ambiente adecuado para la venta del producto.
6. Esclarecer las diferentes tácticas de promoción por la carga y descarga de apps.
7. Examinar los diferentes canales de publicidad adaptables a las características del producto.

3.3. Variables del estudio

- Demanda
- Oferta
- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción
- Publicidad

3.4. Indicadores

3.4.1. Demanda

- Edad de la población meta
- Productos similares

- Frecuencia de compra o descarga de apps
- Cantidad demandada
- Disponibilidad de celulares con tecnología Android
- Formas de adquisición

3.4.2. Oferta

- Identificación de la competencia
- Cantidad de la oferta existente
- Alternativas de productos
- Segmento de mercado

3.4.3. Producto

- Características del producto
- Gustos y preferencias de los clientes
- Calidad del producto
- Programación aplicación
- Facilidad de uso que presenta el producto

3.4.4. Precio

- Determinación del precio al publico
- Precio de venta
- Precio de competencia
- Formas de pago

3.4.5. Plaza

Esta variable se encuentra definida, debido a que el producto se hallará en una tienda virtual (Play Store) cuya tienda es de Google.

3.4.6. Promoción

- Confiabilidad en la app
- Actitud de servicio
- Estrategias de promoción

3.4.7. Publicidad

- Difusión de publicidad
- Estrategias de publicidad
- Segmentación de la publicidad
- Medios de comunicación

3.5. Matriz de variable del estudio de mercado

Objetivos específicos	Variables	Indicador	Técnica	Tipo	F. Información
Determinar la demanda potencial existente para las guías tributarias mediante apps.	Demanda	-Edad de la población meta -Productos similares -Frecuencia de compra o descarga de apps -Cantidad demandada -Disponibilidad de celulares con tecnología Android -Formas de adquisición	Encuesta	Primaria	La población
Identificar la oferta actual de productos dentro del mercado.	Oferta	-Identificación de la competencia -Cantidad de la oferta existente -Alternativas de productos -Segmento de mercado	Entrevista	Primaria	Ingeniero en Sistemas
Estudiar el tipo y las características de un producto nuevo en el mercado.	Producto	-Características del producto -Gustos y preferencias de los clientes -Calidad del producto -Programación aplicación -Facilidad de uso que presenta el producto	Encuesta	Primaria	La población
Identificar el precio ideal para la venta del producto.	Precio	-Determinación del precio al público -Precio de venta -Precio de competencia -Formas de pago	Encuesta	Primaria	La población
Definir el ambiente adecuado para la venta del producto.	Plaza	Definida	Definida	Definida	Definida
Esclarecer las diferentes tácticas de promoción por la carga y descarga de apps.	Promoción	-Confiablez en la app -Actitud de servicio -Estrategias de promoción	Encuesta	Primaria	La población
Examinar los diferentes canales de publicidad adaptables a las características del producto.	Publicidad	-Difusión de publicidad -Estrategias de publicidad -Segmentación de la publicidad -Medios de comunicación	Encuesta	Primaria	La población

3.6. Segmentación del mercado

Es aquella acción que permite separar un universo de forma lógica cuya división tiene como finalidad establecer grupos uniformes, toma principalmente las condiciones que la investigación requiere y detalla cada resultado en conjuntos reducidos.

3.6.1. Variables de segmentación

Es importante analizar el segmento al que estará dirigida la investigación, se ha tomado en cuenta el propósito del trabajo que comprende la creación de una guía tributaria mediante una aplicación Android, debido a que en la actualidad el uso de la tecnología agiliza las actividades.

Desde el punto de vista de la tributación, el país ha tenido un cierto crecimiento y la información es extensa, para determinar el mercado meta es importante tomar en cuenta el RUC ya que es una codificación con la que cuentan los contribuyentes y que son fundamentales para el desarrollo de todas las actividades económicas.

En el aspecto tecnológico este mercado se ha convertido en una necesidad, los dispositivos móviles han cambiado su caracterización y cada vez son más capaces de realizar acciones complejas, comúnmente se los conoce como artefactos inteligentes ya que están constituidos por Android o IOS, cuyos dispositivos son los únicos que pueden soportar un servicio móvil avanzado.

Para esto la población a investigar está obligada a cumplir con los siguientes requisitos:

- Formar parte de la PEA
- La población debe tener RUC activo.
- Deben contar con servicio móvil avanzado (SMA)

Por lo tanto el proyecto ha considerado cuatro criterios importantes descritos en la siguiente tabla.

Tabla 4
Criterios

Criterio	Descripción
Geográfico	-País -Provincia -Cantones
Demográfico	Población Económicamente Activa Imbabura
Población tributaria	Personas con RUC activos
Tecnológico	Población con Servicio Móvil Avanzado

Elaborado por: Los Autores (2018)

➤ **Geográfico**

La normativa tributaria rige para todo el país, sin embargo se ha tomado en cuenta como segmento de mercado meta a la provincia de Imbabura para posteriormente ser lanzado al Ecuador.

➤ **Demográfico**

Demográficamente el segmento al que se dirige el proyecto es la Población Económicamente Activa quienes son los que utilizarán una herramienta tributaria.

➤ **Población tributaria**

En el aspecto tributario se tomará en cuenta al segmento de personas que posean un Registro Único de Contribuyentes activo.

➤ **Tecnológico**

El segmento tecnológico lo conformarán todas las personas de Imbabura que cuenten con servicio móvil avanzado, cuyo bien intangible sólo es apto para teléfonos inteligentes.

3.6.2. Mercado meta

Después de haber estudiado las variables de segmentación se puede establecer que el mercado meta del proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, se tomará la población

económicamente activa que cuente con un RUC vigente y que los mismos tengan servicio móvil avanzado.

3.7. Cálculo de la muestra

En su cálculo se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 5
Aspectos para el Cálculo de la muestra

Criterio	Valor o Porcentajes	Fuente de información
Población de Imbabura 2017	457.737 hab.	Proyección de la población ecuatoriana, por año calendario, según región, provincia y sexo 2010 – 2020, INEC.
% PEA Imbabura	42,37%	Resultado censo 2010 – INEC, proyectado para el 2017.
Total de habitantes	193.943 hab.	Estudio de mercado.
% de RUC activos	39,29%	Sitio web Servicio de Rentas Internas 2017.
Total de habitantes con RUC activos	76.200 hab.	Estudio de mercado.
% de líneas con Servicio Móvil Avanzado	87,44%	Registro administrativo ARCOTEL 2017.
Población que posee RUC y cuenta con Servicio Móvil Avanzado	66.629 hab.	Estudio de mercado.

Elaborado por: Los Autores (2018)
Fuente: INEC

De esta manera queda conformado el universo por 66.629 habitantes, con dicha cantidad de personas se realizará el cálculo de la muestra para escoger el grupo al que se dirigirán las encuestas, con la finalidad de obtener información veraz del mercado meta para el proyecto.

3.8. Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra

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

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

σ = Desviación estándar de la población

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza

e = Error muestral

Reemplazo de los valores en la respectiva fórmula considerando que el error muestral será del 5%.

n = ?

N = 66.629 hab.

$\sigma = 0,5$

Z = 95% = 1,96

e = 5% = 0,05

$$n = \frac{(66.629) * (0,5)^2 * (1,96)^2}{((66.629 - 1) * (0,05)^2) + ((0,5)^2 * (0,5)^2)}$$

$$n = \frac{63990,50}{166,64}$$

$$n = 384$$

Por lo tanto una vez realizado el cálculo de la fórmula arroja una muestra de 384 encuestas que se efectuarán en la provincia de Imbabura.

3.9. Distribución de las encuestas por cantón

Debido a que el proyecto se realizará en la provincia de Imbabura se distribuirá proporcionalmente las encuestas para cada uno de los cantones de acuerdo al nivel de su población, que se detallarán en la siguiente tabla:

Tabla 6
Distribución por cantón de Imbabura

Cantón	Población	Porcentaje	Encuestas
Ibarra	211.235	46,15%	177
Antonio Ante	51.517	11,25%	43
Cotacachi	43.568	9,52%	37
Otavalo	120.808	26,39%	101
Pimampiro	13.394	2,93%	11
San Miguel de Urququi	17.215	3,76%	15
Total	457.737	100%	384

Fuente: Proyección de la población ecuatoriana, por año calendario, según cantones 2010 – 2020, INEC.
Elaborado por: Los Autores (2018)

3.10. Técnicas de recolección de información

3.10.1. Encuesta

Es un instrumento que otorga cierta información de carácter cuantitativo que en sí espera ser filtrada y de esta manera proporciona datos veraces y de interés que serán complementados mediante un análisis cualitativo.

De los datos que arrojó el cálculo de la muestra se pudo determinar que 384 encuestas fueron aplicadas a un grupo de personas con características necesarias para el interés del trabajo, ésta se llevó a cabo en la provincia de Imbabura dirigida proporcionalmente hacia sus 6 cantones.

Donde todos disponen de un celular inteligente cuyos propietarios mantiene actividades económicas por lo que están obligados a declarar sus impuestos.

Esta encuesta fue aplicada con el objetivo de determinar la aceptación por parte del mercado meta sobre la implementación y creación de una guía tributaria mediante una aplicación móvil.

3.10.2. Entrevista

Es un instrumento que permite recopilar información de carácter cualitativo, da una visión a quien realiza un trabajo de cómo se encuentra el medio al que se quiere introducir un bien, sus resultados se los puede cuantificar y analizar para encontrar el objetivo por el cual se planteó la entrevista.

Para el trabajo se realizó una entrevista con el Director General Subrogante de Tecnologías de la Información del Gobierno Provincial de Imbabura, el día Viernes 01 de junio del 2018, la entrevista tubo como objeto determinar la aceptación que tendría la oferta de una guía tributaria mediante una aplicación móvil, la interacción tuvo una duración de, 6 minutos con 48 segundos, se pudo obtener una información segura y veraz, además se discutió sobre el entorno tecnológico y el impacto que ocasiona el mismo en la comunidad, dicha entrevista se encuentra completa en el anexo 1 del proyecto.

3.11. Análisis de la entrevista

El entorno en la actualidad abre las puertas a utilizar cualquier producto tecnológico; con la investigación se crea nuevas herramientas que permiten disminuir y optimizar el tiempo, la oferta de aplicaciones en el mundo ha aumentado considerablemente pues las que más se generan hoy en día son las de servicios como transporte.

Una manera de abrir las puertas del mercado meta es estudiar la competencia y de ahí crear una alternativa que esté a la altura del cliente.

En el país las aplicaciones han tomado fuerza y se han venido programando continuamente, la implementación de una guía tributaria mediante una aplicación Android tiene un rival presente y

es quien regula los tributos en la actualidad, debido a esto hay que dar un valor agregado al producto.

También hay aplicaciones en el ámbito web, es decir, páginas que permiten su conexión por internet, una de ellas es www.sri.gob.ec que brinda un servicio completo en el cálculo y declaración de impuestos, dichos sitios pueden ser abiertos por medio de un dispositivo inteligente pero en sí ésta no genera mayor satisfacción al usuario ya que fueron creadas esencialmente para un computador con pantallas más grandes un procesador eficiente y principalmente las características son distintas.

Otro punto importante para señalar es que hoy las aplicaciones móviles se encuentran fácilmente, las aplicaciones comerciales se encuentran en el auge en el Ecuador debido a que las empresas o negocios ofertan sus productos por medio de este canal, y así mejoran el servicio con sus clientes, si se trata de una institución financiera pues por medio de un app se realizan transferencias, pagos, consultas, entre otras evitando que el cliente se dirija a la institución y no haga largas filas que provoquen su malestar.

Finalmente se puede concluir que el mercado de las aplicaciones móviles en el Ecuador es amplio y que si se trata de crear una guía tributaria mediante una app ésta tiene presente a la competencia, “SRI Móvil” es una aplicación similar que se encuentra ya en la plaza y es administrada por el ente regulador de las rentas en el Ecuador, para eso hay que dar un valor agregado al producto y cambiar la perspectiva óptica haciéndola más acogedora.

3.12. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

1. Edad

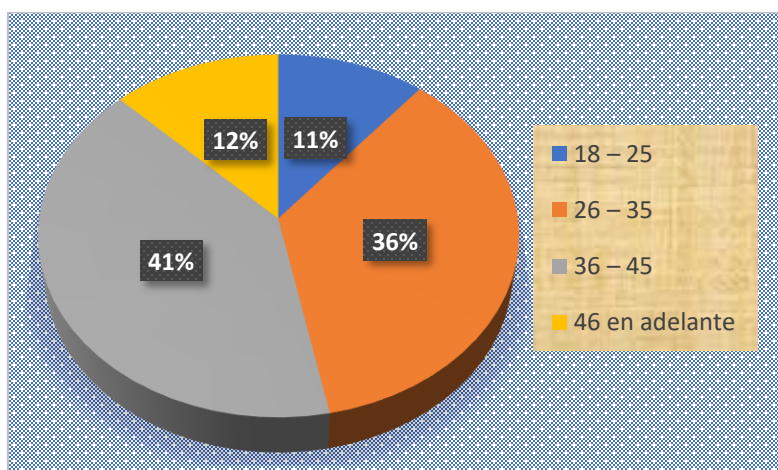
Tabla 7

Parámetro N°1 - Edad

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 25	42	10,94%
26 – 35	138	35,94%
36 – 45	156	40,63%
46 en adelante	48	12,50%
TOTAL	384	100%

Gráfico 1

Parámetro N°1- Edad



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

Para el estudio fue necesario incluir la edad con el fin de conocer la posible población con edad suficiente para ser productivos, los mismo que deberían contar con un RUC y un teléfono inteligente. Uno de los porcentajes más altos es el de aquellas personas que están entre los 36 a 45 años con un 41%, seguido por el rango de edad de 26 a 35 años. Los contribuyentes con edades superiores a 46 años muestran cierta dificultad para disponer de un celular inteligente, y si cuentan con la tecnología no se interesan mucho por utilizarla.

2. ¿Dispone de un celular inteligente?

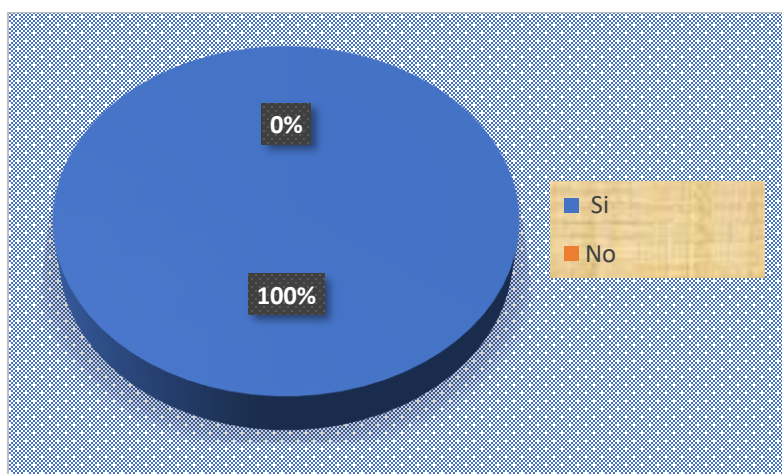
Tabla 8

Parámetro N°2 - Disponibilidad celulares inteligentes

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	384	100%
No	0	0%
TOTAL	384	100%

Gráfico 2

Parámetro N°2 - Disponibilidad celulares inteligentes



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

Un aspecto importante dentro de la investigación es la disponibilidad de celulares inteligentes por lo que se realizó netamente con personas que cuenten con este artefacto, ya que así se podrá realizar la descarga del producto ofertado, es por eso que la investigación arroja un 100% en la disponibilidad de celulares inteligentes.

3. ¿Con que tipo de sistema operativo cuenta su dispositivo móvil?

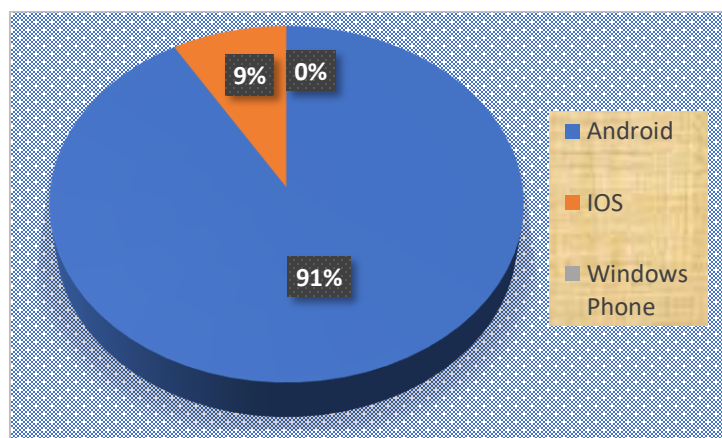
Tabla 9

Parámetro N°3 - Sistema operativo móvil

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Android	351	91,41%
IOS	33	8,59%
Windows Phone	0	0%
TOTAL	384	100%

Gráfico 3

Parámetro N°3 - Sistema operativo móvil



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

El proyecto está dirigido a usuarios de teléfonos celulares con sistema operativo Android, la mayoría de los contribuyentes encuestados en la provincia de Imbabura manifiestan que tienen este tipo de sistema en su dispositivo siendo este el 91% de la población encuestada, lo mismo que podrían descargar la aplicación al ser un elemento primordial dentro del estudio, por otro lado sólo el 9% posee el sistema operativo IOS principalmente la totalidad de este porcentaje se encuentra en el cantón Ibarra seguido por Otavalo, debido que en los dos cantones se generan ingresos constantes que han permitido que los pobladores puedan cubrir el costo de este artefacto cuyo precio es considerable.

4. ¿Le gustaría contar con una guía tributaria mediante una aplicación (app) móvil?

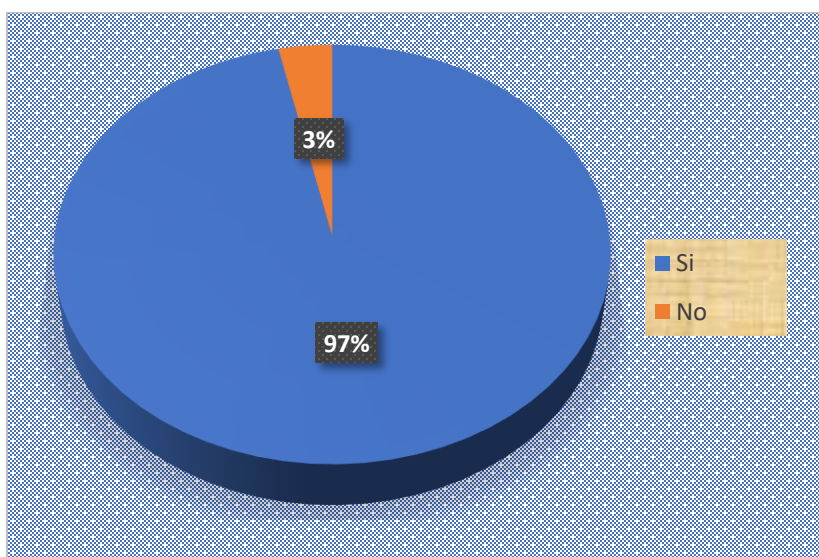
Tabla 10

Parámetro N°4 - Aceptación de la guía por una app

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	371	96,61%
No	13	3,39%
TOTAL	384	100%

Gráfico 4

Parámetro N°4 - Aceptación de la guía por una app



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

El propósito de obtener esta información es conocer si la aplicación móvil va a tener aceptación dentro del mercado meta, ya que depende de los consumidores, en este caso de los contribuyentes dar, a conocer si este producto será aceptado por ellos y si están dispuestos a adquirirlo, obteniendo un 97% de aprobación de la población encuestada, y sólo un 3% muestran que no desearían contar con esta aplicación debido a que no poseen los conocimientos necesarios de contabilidad.

5. ¿Con qué frecuencia usted compra o descarga aplicaciones de la tienda digital Play Store?

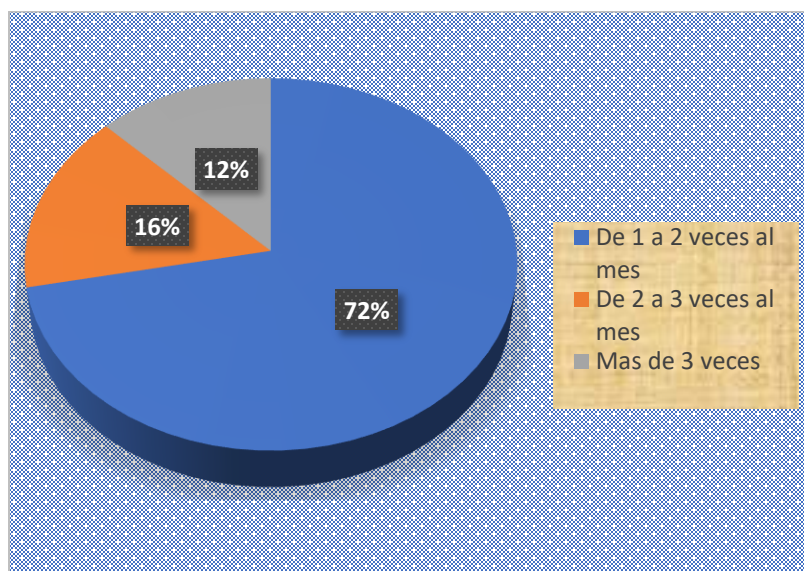
Tabla 11

Parámetro N°5 - Frecuencia de descarga de apps del Play Store

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 veces al mes	276	71,88%
De 2 a 3 veces al mes	60	15,63%
Más de 3 veces	48	12,50%
TOTAL	384	100%

Gráfico 5

Parámetro N°5 - Frecuencia de descarga de apps del Play Store



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

Es necesario conocer la frecuencia de instalación de aplicaciones por medio de Play Store ya que el producto se encontrará en ésta tienda virtual, el 72% de los encuestados descargan de 1 a 2 veces al mes mediante esta herramienta móvil, ya que obtienen aplicaciones básicas como redes sociales, Word, Excel, entre otras, las cuales se actualizan automáticamente luego de su descarga, además el 16% y 12% obtienen aplicaciones de 2 a 3 veces y más de 3 veces al mes respectivamente, debido al uso de juegos en sus dispositivos.

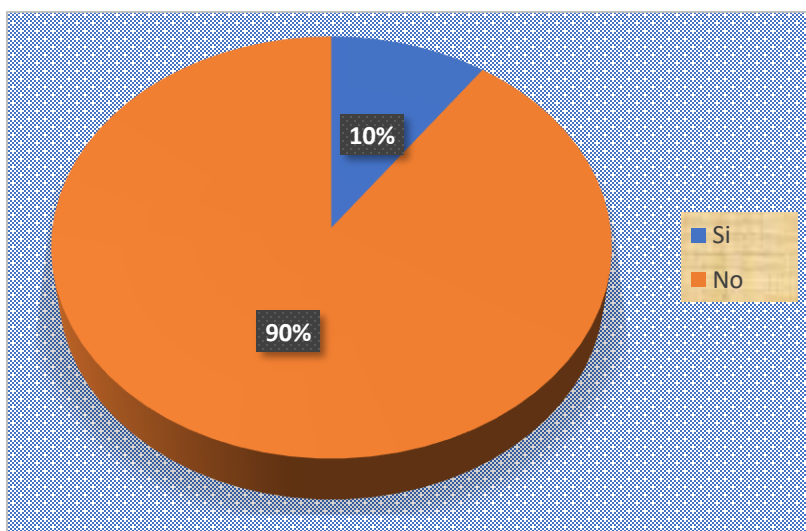
6. ¿Conoce usted de aplicaciones móviles que sean similares o alternativas a la guía tributaria virtual?

Tabla 12

Parámetro N°6 - Productos similares

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	38	9,90%
No	346	90,10%
TOTAL	384	100%

Gráfico 6

Parámetro N°6 - Productos Similares

Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

Es importante analizar los productos similares debido a que estos pueden estar posicionados en el mercado y ser considerados como una competencia para el producto ofertado, para la investigación hay un 90% que afirma no conocer productos similares a causa de que algunos de estos programas no son comunes y no se encuentran búsquedas semejantes en Play Store, en cambio existe un 10% que si conoce productos parecidos al que se ésta ofertando generalmente es “SRI móvil”.

7. Si su respuesta es positiva. ¿Qué tipo de aplicaciones conoce?

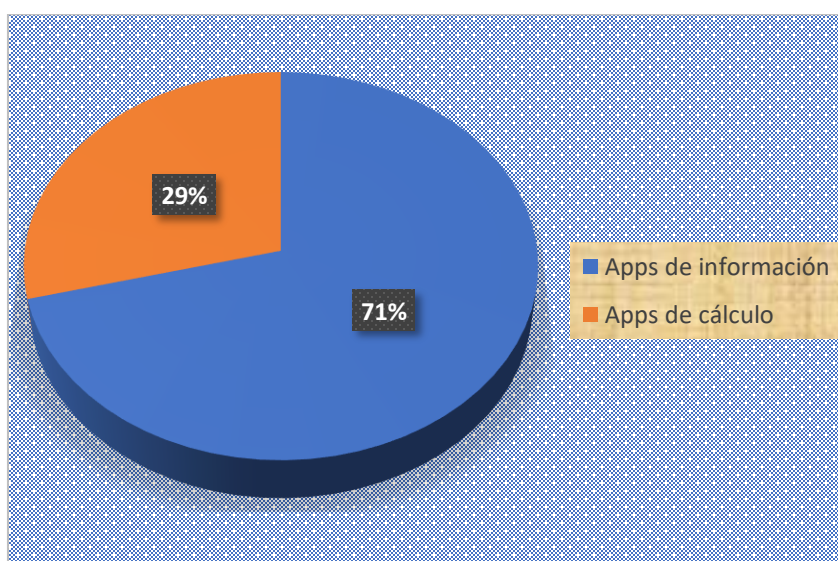
Tabla 13

Parámetro N°7 - Conocimiento de Apps

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Apps de Información	27	71,05%
Apps de cálculo	11	28,95%
TOTAL	38	100%

Gráfico 7

Parámetro N° 7 - Conocimiento de Apps



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

Se ha tomado en cuenta a toda la población que respondió que sí tenía conocimiento sobre otras aplicaciones similares, conformadas por 38 personas, es necesario conocer qué tipo de contenido interno poseen. El 71% de esta muestra manifiestan que conocen aplicaciones de carácter explicativo es decir que brindan información tributaria mientras que el 29% restante afirma que son de cálculo, por lo que el producto ofertado complementa los 2 contenidos brindando a los clientes una experiencia satisfactoria.

8. ¿Dispone en su celular de alguna de ellas?

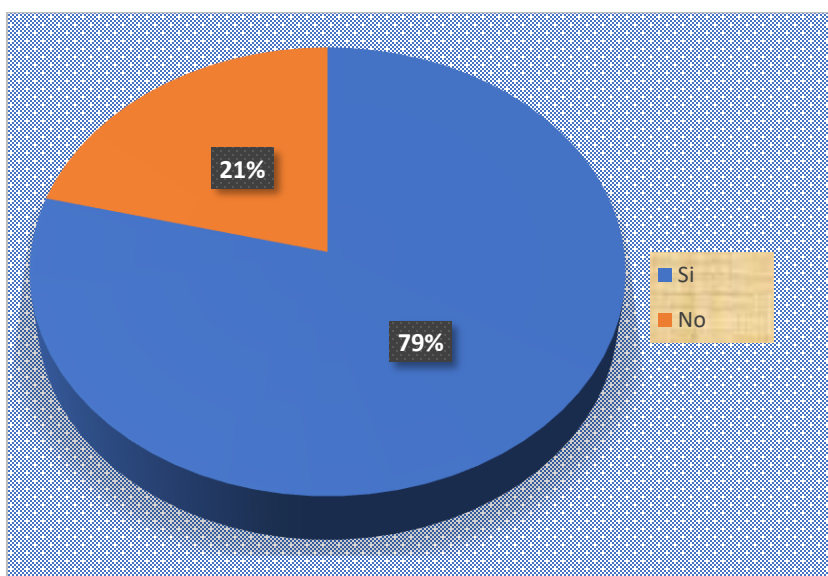
Tabla 14

Parámetro N°8 Disponibilidad de apps similares

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	78,95%
No	8	21,05%
TOTAL	38	100%

Gráfico 8

Parámetro N°8 Disponibilidad de apps similares



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

Análisis

Es importante conocer si aquellas personas cuentan con la instalación de estas aplicaciones de las 38 personas encuestadas que afirmaron tener un conocimiento de aplicaciones similares a la que se está ofertando el 79% cuentan con una instalación en sus dispositivos móviles, ciertas aplicaciones son sólo de información o sólo de cálculo dando un ambiente adecuado para la generación de una que contenga las dos herramientas y que además notifique a los clientes sus obligaciones tributarias.

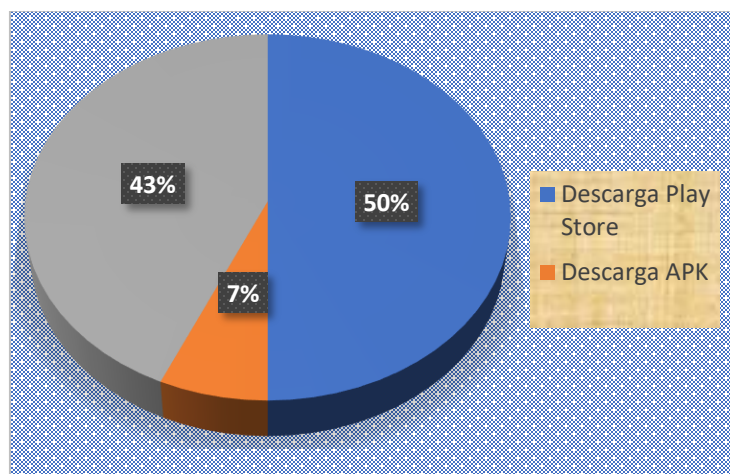
9. Si la pregunta es positiva ¿Cómo la adquirió?

Tabla 15

Parámetro N°9 - Forma de adquisición

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descarga Play Store	15	50%
Descarga APK	2	6,67%
Compra de licencia	13	43,33%
TOTAL	384	100%

Gráfico 9

Parámetro N°9 - Forma de adquisición

Fuente: Estudio de mercado – encuesta

Elaborado por: Los Autores

Análisis

Se debe conocer donde fue la plaza o el lugar en que obtuvieron el producto similar, se puede apreciar que las personas tienden a descargar estos tipos de productos mediante la tienda virtual Play Store, pues de las personas que afirmaron que si tienen este producto instalado en sus dispositivos inteligentes el 50% afirma haber descargado de la tienda mencionada, mientras que el porcentaje restante la compró o descargó mediante APK directo del internet, hay que aclarar que la aplicación de cálculo es “SRI móvil” y las de información se encuentran como APK es decir una aplicación sin permisos o certificación de una tienda virtual que se puede encontrar sin identidad de fabricante.

10. ¿La creación de una guía tributaria mediante una aplicación móvil le ayudaría al cumplimiento de sus obligaciones a tiempo?

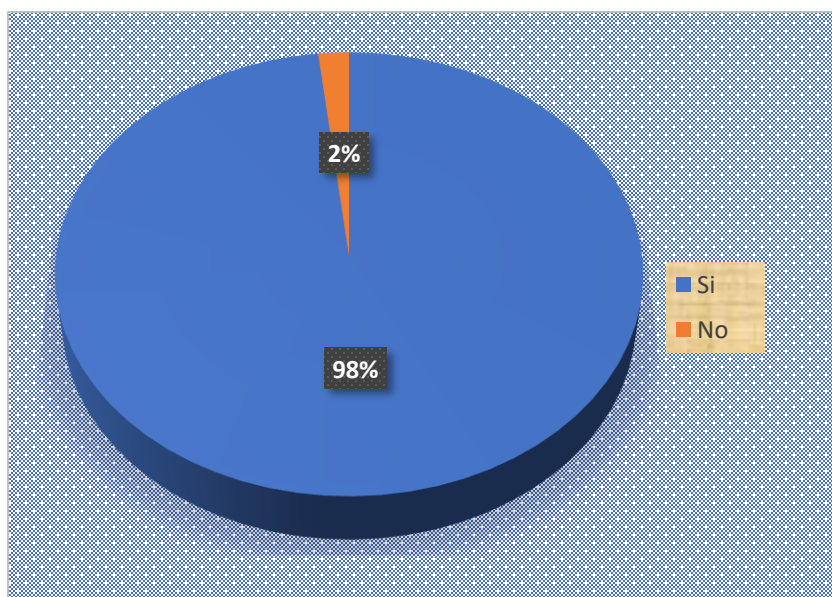
Tabla 16

Parámetro N°10 - Ayuda en el cumplimiento de obligaciones

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	377	98,18%
No	7	1,82%
TOTAL	384	100%

Gráfico 10

Parámetro N°10 - Ayuda en el cumplimiento de obligaciones



Fuente: Estudio de mercado – encuesta

Elaborado por: Los Autores

Análisis

Una de las principales maneras de medir la aceptación es conocer cuan necesario es para el contribuyente o si el mismo satisface una necesidad, pues ayudar al cumplimiento de las obligaciones tributarias es uno de los principales objetivos del trabajo y el mismo tiene aceptación ya que el 98% de la población encuestada está de acuerdo en que será de ayuda.

11. ¿Qué precio usted estaría dispuesto a pagar por la instalación y cada actualización de una guía tributaria virtual?

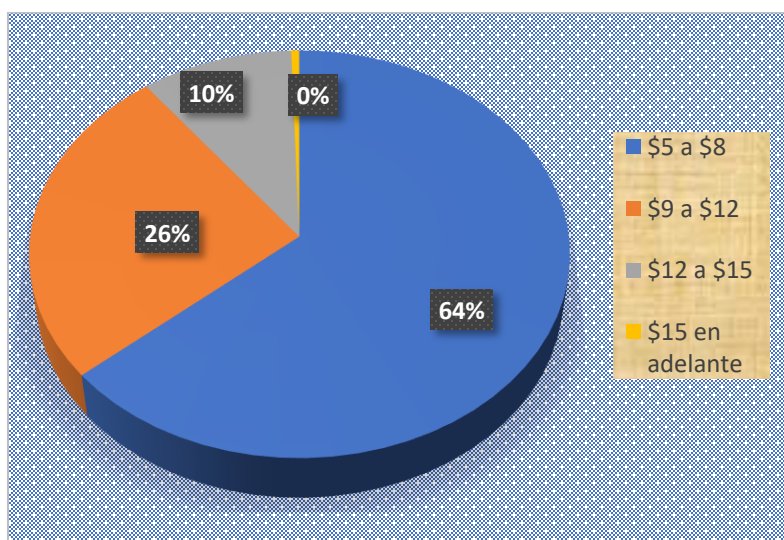
Tabla 17

Parámetro N°11 - Disponibilidad de pago

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$5 a \$8	245	63,80%
\$9 a \$12	99	25,78%
\$12 a \$15	38	9,90%
\$15 en adelante	2	0,52%
TOTAL	284	100%

Gráfico 11

Parámetro N°11 - Disponibilidad de pago



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores

Análisis

Conocer el precio que los posibles clientes estarán dispuestos a pagar permite tener una visión clara para saber si cubre los costos de producción y al mismo tiempo analizar a la competencia. De la población encuestada la mayoría está de acuerdo en pagar entre \$5 a 8\$ siendo este el porcentaje más alto con un 64%, este precio de aceptación es el más bajo debido a que las personas tienen más posibilidad de cubrirlo.

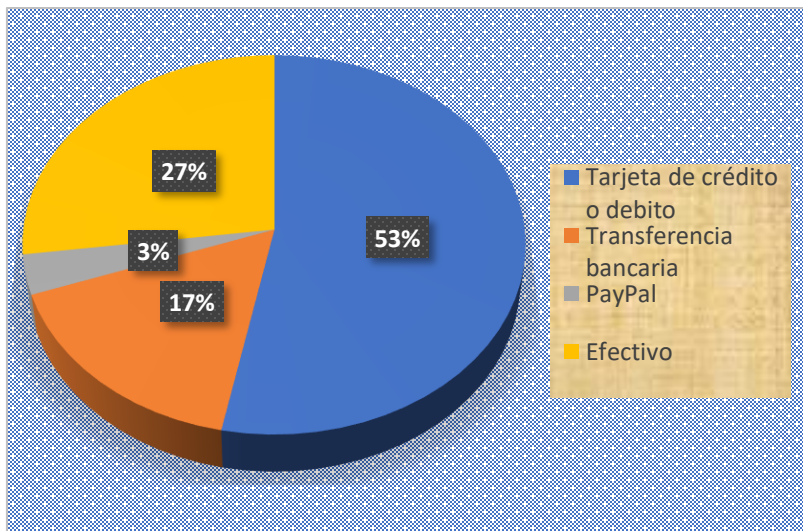
12. ¿Qué forma de pago aplicaría para obtener el producto?

Tabla 18

Parámetro N°12 - Forma de pago

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tarjeta de crédito o debito	204	53,13%
Transferencia bancaria	63	16,41%
PayPal	13	3,39%
Efectivo	104	27,08%
TOTAL	384	100%

Gráfico 12

Parámetro N°12 - Forma de pago

Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores

Análisis

Debido a que el producto se lanzará por medio de una tienda virtual es importante conocer si las personas se encuentran en la posibilidad de utilizar una tarjeta de crédito o débito, siendo esta una de las alternativas en la actualidad, el 53% de la población está dispuesto a utilizar este método ya que se conforma por un grupo de personas con una economía activa, en sí es probable que cuenten con una tarjeta de crédito, lo que beneficia la comercialización del producto porque estaría acorde a las políticas de la plaza.

13. ¿Le gustaría que la guía contenga una calculadora donde pueda conocer multas, intereses y un precálculo del IR, IVA, ICE.?

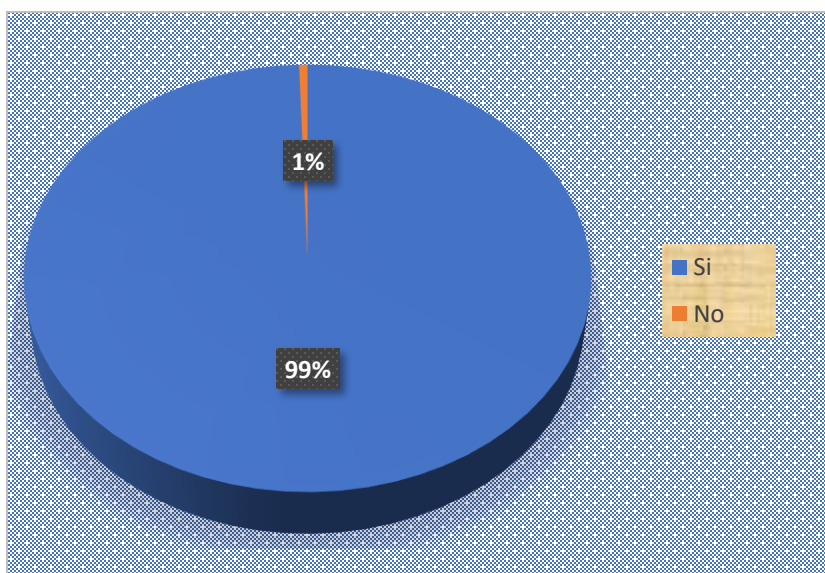
Tabla 19

Parámetro N°13 - Gustos y preferencias de los clientes

DETALLE	FRACUENCIA	PORCENTAJE
Si	382	99,48%
No	2	0,52%
TOTAL	384	100%

Gráfico 13

Parámetro N°13 - Gustos y preferencias de los clientes



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores

Análisis

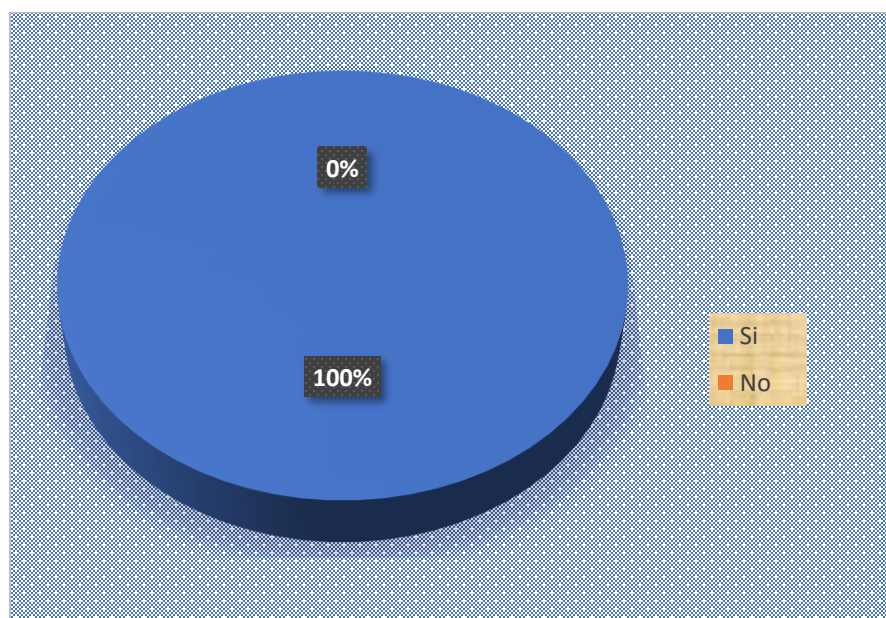
Para que una guía tributaria se complemente no debe estar constituida únicamente por información sino que ayude a los contribuyentes en el cálculo de sus obligación, debido a esto es importante conocer si los clientes desean contar con estas propiedades que la convierten en única, la recopilación de datos dio como resultado que un 99% del estudio afirman necesitar esta característica en el producto final.

14. ¿Quisiera usted que la aplicación tenga una licencia de prueba gratuita durante un mes?

Tabla 20
Parámetro N^o14 - Gratuidad licencia para un mes

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	384	100%
No	0	0%
TOTAL	384	100%

Gráfico 14
Parámetro N^o14 - Gratuidad licencia para un mes



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores

Análisis

Es importante que la comunidad tributaria tenga seguridad en el producto, la mejor manera es otorgar una versión de prueba gratuita durante un mes, que permita que los cliente puedan estar al tanto del servicio, así estarán seguros en invertir o no; de la investigación realizada a la población el 100% está de acuerdo con la propuesta ya que genera un incentivo hacia su uso.

15. ¿Mediante qué medios de información le gustaría conocer el producto?

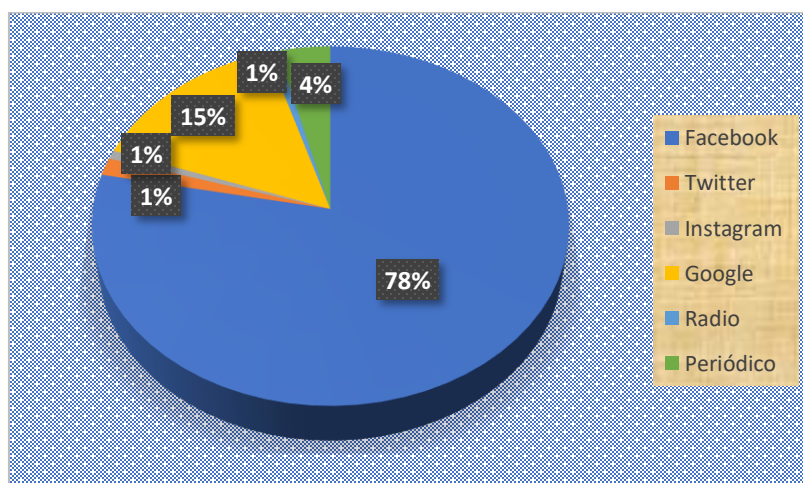
Tabla 21

Parámetro N°15 - Canal de publicidad

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	300	78,13%
Twitter	6	1,56%
Instagram	3	0,78%
Google	57	14,84%
Radio	3	0,78%
Periódico	15	0,78%
TOTAL	384	100%

Gráfico 15

Parámetro N°15 - Canal de publicidad



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores

Análisis

Es importante establecer el canal por el cual se dará a conocer el producto a la sociedad, en la actualidad las redes sociales forman parte de la comunicación y es una fuente de tecnología que permite llevar la información directo hacia una persona, en la investigación ha existido una inclinación a la red social Facebook con un 78% sobre las demás, debido al fenómeno social que genera la posibilidad de compartir y distribuir datos en una región, país, incluso en el mundo.

16. ¿En caso de ser su interés le gustaría acercarse a la oficina para la descarga, instalación y guía para el uso de la App?

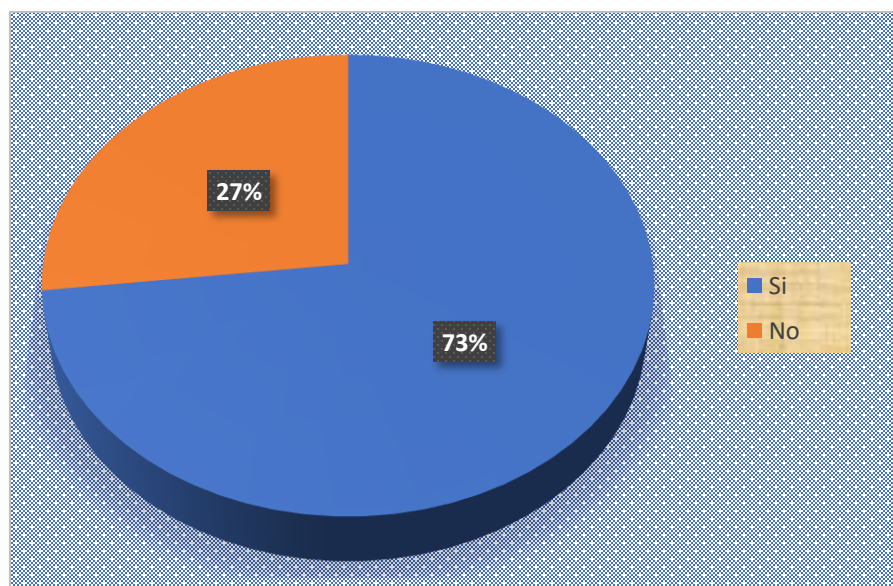
Tabla 22

Parámetro N°16 - Acercamiento a la oficina

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	281	73,18%
No	103	26,82%
TOTAL	384	100%

Gráfico 16

Parámetro N°16 - Acercamiento a la oficina



Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores

Análisis

Para disponer de una forma de contribuir directamente con los clientes y ayudarles en la instalación del producto es importante conocer si están en la potestad de acudir hacia las instalaciones del emprendimiento, para poder guiar sus inquietudes acerca del producto, el 73% de la población está de acuerdo en acercarse a las oficinas, el 27% restante mostró negatividad debido al factor tiempo.

3.13. Demanda

Es una cierta cantidad de un producto y/o servicio que es requerida por una persona o un conjunto familiar con la finalidad de cubrir necesidades, principalmente se caracteriza por determinar un grupo de consumidores que deseen un bien ya sea tangible o intangible, además permite la asignación de precios de una manera equilibrada.

3.13.1. Identificación de la demanda

La identificación de la demanda ayuda a la determinación de los posibles clientes potenciales del proyecto, pues el objetivo es conocer qué tan aceptable es la creación de una guía tributaria mediante una app móvil, es por eso que se aplica condiciones en las cuales se prioriza conocer si el mercado está listo para recibir este producto y qué tan importante puede llegar a ser para la población, hay que recordar que un producto no es indispensable y que puede ser reemplazado por otro de la competencia.

Para la determinación de la demanda potencial se ha tomado en cuenta las siguientes variables obtenidas por el estudio:

- El mercado objetivo del trabajo debe tener obligatoriamente RUC y los mismos deben contar con servicio móvil avanzado, de esta manera quedó conformado por 66.629 habitantes.
- Si bien es cierto el mercado objetivo debe contar con servicio móvil avanzado, en sí este servicio soportan teléfonos inteligentes con cualquier tipo de software, es aquí donde el objetivo del trabajo se centra en dispositivos que cuentan con analogía Android, del estudio realizado el 91% del mercado objeto cuenta con este sistema operativo.
- Ahora es importante también conocer quién de este mercado objetivo desea este servicio, del estudio realizado al 97% le gustaría contar con la guía tributaria digital.

Con las variables antes mencionadas se procede a calcular la demanda potencial del proyecto y sustentar con veracidad y seguridad sus resultados.

Tabla 23

Cálculo de la demanda potencial

DETALLE	VALOR
Habitantes con Registro Único de Contribuyente y servicio móvil avanzado.	66.629 hab.
Porcentaje de teléfonos inteligentes con sistema operativo Android.	91,41%
Mercado objeto	60.906 hab.
Porcentaje de habitantes con disponibilidad o gusto para adquirir la guía tributaria mediante una aplicación Android.	96,61%
DEMANDA POTENCIAL	58.841 Suscripciones

Fuente: Estudio de mercado – encuesta
Elaborado por: Los Autores (2018)

De acuerdo con los cálculos realizados, en la tabla anterior se establece que la demanda potencial es de 58.841 descargas que se realizarán del producto, hay que recordar que esta cantidad corresponde a la provincia de Imbabura.

3.13.2. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se han tomado en cuenta los siguiente cinco años en los cuales el proyecto podría recuperar su inversión, para esto se ha tomado en cuenta los siguientes parámetros:

- Se ha proyectado la población de Imbabura utilizando el método lineal para los periodos que se propone recuperar lo invertido.
- La población económicamente activa se ha proyectado en relación al porcentaje de incremento de la localidad.

- También se estimó a la población con RUC y con servicio móvil avanzado de acuerdo al incremento de la población y con los respectivos porcentajes emitidos por el SRI Y la ARCOTEL.
- Para obtener la demanda potencial proyectada se incluyó los porcentajes arrojados por el estudio de mercado para aquellos que disponen de dispositivos Android y para quien desea tener el producto, con el porcentaje de crecimiento poblacional de Imbabura.

Tabla 24
Proyección de la demanda potencial

Años	Proyección de la población Imbabura	Proyección del PEA por año para Imbabura	Proyección habitantes Imbabura con RUC	Mercado objetivo	Demanda potencial proyectada en número de suscriptores
2017	457.737	193.943	76.200	66.629	58.841
2018	463.957	196.579	77.236	67.535	59.641
2019	470.129	199.194	78.263	68.433	60.434
2020	476.257	201.790	79.283	69.325	61.222
2021	482.724	204.530	80.360	70.267	62.053
2022	488.997	207.188	81.404	71.180	62.860

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Los Autores (2018)

De esta manera queda conformada la estimación de la demanda potencial para los siguientes cinco años.

3.14. Oferta

Es aquella cantidad de un producto que una empresa o un emprendimiento pone a disposición de quienes podrían ser sus clientes o consumidores con la finalidad de obtener un beneficio económico y poder mantener las actividades de operación continua dentro de la misma.

De la entrevista realizada al Director General de las Tecnologías de la Información Subrogante del Gobierno Provincial de Imbabura se detalló ciertos puntos importantes que se dirigen a un mercado con posibilidades de entrar en él.

En el Ecuador existen una cantidad reducida de empresas que elaboran guías tributarias mediante la utilización de una herramienta tecnológica conocida como app, en sí existe una sola entidad quien cuenta y oferta un producto parecido, cierta entidad es quien regula el sistema tributario en el país siendo este el principal competidor para el emprendimiento.

El Servicio de Rentas Internas del Ecuador tiene su producto ya en la plaza cuyo nombre del servicio es “SRI Móvil” hasta la actualidad cuenta con 100.000 descargas a nivel de todo el país según la tienda virtual Play Store.

Esta institución tiene cien mil suscriptores en forma gratuita para la población a nivel nacional por lo tanto hay que cuantificar esta oferta.

En el estudio realizado mediante las encuestas, se consideró una interrogante que consiste básicamente en connotar qué número de personas identifican a alternativas similares, cuyo resultado dio un porcentaje del 9,90% de la población, ahora hay que señalar que este porcentaje solo tiene un conocimiento de que existe estos productos no de que tengan este servicio.

Por esto se realizó otra interrogante que consiste en determinar qué porcentaje de esta muestra en realidad tiene la alternativa del servicio, encontrando que un 7,82% si cuenta con la aplicación que oferta el Servicio de Rentas Internas y es semejante a la misma.

Entonces para determinar la oferta hay que considerar los siguientes criterios:

- El número de descargas con las que cuenta el SRI ya que esta cantidad es la ofertada actualmente por parte de la entidad, dicha cuantía es de 100 mil a nivel nacional.
- Se tomará en cuenta los datos que arrojó el estudio de campo y al mismo tiempo se segmenta para la provincia de Imbabura ya que la cantidad de descargas del producto ofertado por la entidad es para el Ecuador.

- Finalmente se considera el porcentaje de personas que manifiestan tener intención de compra del producto.

De esta manera se procede a delimitar la oferta detallado en la siguiente tabla:

Tabla 25
Delimitación de la oferta

NUMERO DESCARGAS PLAY STORE	PORCENTAJE	DELIMITACIÓN DE LA OFERTA
100.000	7,82%	7.820 Suscripciones

Base: Tienda virtual Play Store, Google

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores (2018)

Es importante aclarar que las 100 mil descargas son netamente del sistema operativo Android ya que la información se obtiene de la plataforma Google y su delimitación es de interés para el país así su contenido esté disponible en una plataforma amplia.

De esta manera el Servicio de Rentas Internas tiene 7.820 suscriptores aproximadamente, es decir que en esta cantidad actualmente existe la oferta por parte del ente regulador hacia los contribuyentes en la provincia de Imbabura.

3.14.1. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se establecerá de la misma manera para cinco años en los que se espera recuperar la inversión y obtener los beneficios.

Su delimitación está representada en la siguiente estructura:

Tabla 26
Proyección de la oferta

Años	Proyección de la población Imbabura	Proyección de descargas producto similar	Oferta proyectada en número de suscriptores
2017	457.737	100.000	7.820
2018	463.957	101.550	7.941

2019	470.129	103.124	8.064
2020	476.257	104.722	8.189
2021	482.724	106.346	8.316
2022	488.997	107.994	8.445

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores (2018)

Las proyecciones se realizaron en relación al crecimiento poblacional y su respectiva distribución porcentual.

3.15. Balance oferta – demanda

La relación entre las dos fuerzas permite dar un análisis basado en la satisfacción de los clientes o consumidores sobre un producto y los requerimientos de los mismos.

La determinación para obtener la demanda insatisfecha se ha tomado en cuenta entre la diferencia del valor de la demanda y de la oferta, que se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 27
Demanda insatisfecha

Variables	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
Detalle			
Nro. de Suscriptores	58.841	7.820	51.021

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores (2018)

Para la demanda insatisfecha en términos monetarios se ha tomado en cuenta el precio de la competencia, y este es uno de los puntos más críticos por analizar ya que la otra opción tiene su producto en la plaza gratuito sin ningún costo debido a que es una entidad pública y que por medio de este producto busca optimizar sus operaciones.

Ahora es importante destacar que a pesar de que la alternativa sea gratuita existe una demanda insatisfecha a la que como emprendimiento hay que abordar, dar su respectivo valor agregado y fijar un precio acorde a la capacidad de pago de los suscriptores.

Tabla 28
Demanda insatisfecha en términos monetarios

Variables	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
Detalle			
Nro. de Suscriptores	58.841	7.820	51.021
TOTAL (Dólares)	294.205	0	294.205

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Los Autores (2018)

3.15.1. Proyección de la demanda insatisfecha

Para la proyección de la demanda insatisfecha como en los casos anteriores se ha tomado en cuenta los cinco años para la recuperación de la inversión del trabajo, de esta manera queda conformada la siguiente tabla:

Tabla 29
Proyección de la demanda insatisfecha

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Proyección de la demanda insatisfecha
2017	58.841	7.820	51.021
2018	59.641	7.941	51.700
2019	60.434	8.064	52.370
2020	61.222	8.189	53.033
2021	62.053	8.316	53.737
2022	62.860	8.445	54.415

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Los Autores (2018)

3.16. Análisis de precios

En la actualidad las aplicaciones móviles generan actividad económica o beneficios, ya sea por cobros de licencias o por publicidad que se incluye dentro de la misma.

Una forma eficiente de fijar los precios es pensando en los posibles clientes y en el análisis de la competencia, pues bien ¿qué es el precio? Es una unidad económica que se otorga a un producto

el cual tiene la finalidad de cubrir una necesidad y al mismo tiempo generar beneficios económicos a quienes lo elaboran o comercializan.

Para el proyecto se incluyó la capacidad de pago que la población estaría dispuesta a cubrir, se mostró inclinación en la opción más baja en relación al precio cuyo rango es de \$5 a \$8 con un 63,80%, en el estudio general de la información de la población estudiada es importante aclarar que la acogida del precio por parte de los encuestados es fuerte ya que la competencia ofrece gratis el producto que se consideraría similar.

Hay que tratar una línea en la que se estimen los costos y poder optimizar este precio de manera que se vuelva más atractivo al momento de suscribirse, ya que una alternativa gratuita es una fuerte competencia, pero todo depende de la calidad del producto final que se le dé al emprendimiento.

De esta manera y por consentimiento de la población se considera que el precio se establezca entre \$5 a \$8 por actualización e instalación, lo importante es que la demanda insatisfecha si está dispuesta a pagar este precio por el producto objeto del proyecto.

También hay que señalar que la mayoría de la población está dispuesta a adquirir el producto con tarjeta de crédito o débito como forma de pago, pues las encuestas arrojan un 53,13% de aceptación.

3.17. Producto

El objetivo del proyecto es crear una guía tributaria mediante una aplicación móvil, cabe resaltar que ningún producto en el mercado digital lo oferta a nivel nacional; existen aplicaciones similares pero no como una guía, el producto que se oferta tiene funcionalidad dinámica y clara permite que su manejo sea sencillo y apto para cualquier persona sin importar su perfil profesional o su actividad laboral.

Hay que señalar que el producto además estará constituido por información tributaria, leyes, reglamentos, resoluciones, entre otras, su forma de búsqueda es mediante un cursor o cuadro que con tan solo poner una palabra se encontrará lo que se desea buscar sin tener que leer la ley artículo por artículo, digno de una guía que ayude a sus suscriptores.

También en el estudio que se realizó existe gran aceptación por parte de los encuestados al incluir una calculadora en la que se pueda estimar las multas, intereses y un Pre-Cálculo del IR, IVA, ICE, con un 99,48% del estudio, es importante aclarar que esto ya tiene la aplicación “SRI Móvil”, el valor agregado es que la guía proporcionará un cuadro de información donde le explica cómo hacer y que datos digitar, es decir, le enseña su cálculo de tal manera que ésta cumple con su objetivo de creación que es servir como una pauta para quien lo necesite.

Como punto final el producto tendrá una sección en la que los suscriptores pueden consultar las fechas de pago de sus obligaciones y como ayuda ya que la misma generará notificaciones directas con un determinado tiempo que sea asignado por el propietario en la cual puede solicitar que se le anticipe con 3 o 4 días las obligaciones que tenga.

La aplicación se mantendrá en actualización continua ya que está conformado por normativa tributaria que cambia en forma constante.

3.18. Plaza

Está se encuentra definida debido que el producto tiene que ver con una aplicación móvil para Android, entonces el servicio se podrá encontrar en la tienda virtual Play Store a cualquier hora y todos los días del año.

Es importante aclarar que el 27,08% de la población encuestada desea adquirir el producto utilizando efectivo como forma de pago, para el caso de la plaza ya establecida no acepta dinero

en efectivo ya que es virtual, entonces hay que determinar un lugar físico donde este porcentaje de población pueda adquirir el servicio.

La solución para estas personas es que para su instalación y asesoramiento asistan a la oficina para dar atención a quienes deseen adquirir el producto y pagar en efectivo, adicionalmente dar una capacitación para su uso ya que el 73,18% de la población está de acuerdo en concurrir al sitio asignado con la finalidad de adquirir el producto.

3.19. Promoción

Para la promoción se establecerá una licencia gratuita que dure un mes la cual tuvo una acogida del 100% en el estudio realizado, con esto se busca que los demandantes o clientes puedan conocer el producto y de esta manera si cumple con sus expectativas puedan comprarlo caso contrario terminando el periodo de prueba no existirá acceso.

Para el proyecto esta promoción busca que se dé a conocer el producto a nivel provincial para luego expandirse en todo el país.

3.20. Publicidad

En cuanto a la publicidad del producto, los encuestados manifestaron que desearían tener información sobre la aplicación mediante redes sociales como Facebook con un 78,13% de aceptación.

Por otro lado se encontró inclinación al canal de información Google, es decir, que a la población también le interesa conocer la aplicación mediante este medio cuya aceptación es del 14,84%.

3.21. Conclusiones del estudio de mercado

- La población mayoritaria que conforma el mercado objetivo está en el rango de 36 – 45 años de edad.

- Todo el mercado objetivo tiene acceso al servicio móvil avanzado, que esencialmente solo soportan los teléfonos inteligentes.
- El mercado objetivo de la investigación es de 66.629 habitantes los cuales el 91,41% disponen de sistema operativo Android.
- Del mercado objetivo restante de 60.906 habitantes, el 96,61% manifiesta estar interesado en adquirir la guía tributaria.
- El 71,88% del mercado objetivo descarga aplicaciones de la tienda virtual Play Store con una frecuencia de 1 a 2 veces al mes, ciertas descargas generalmente son juegos y redes sociales.
- La cantidad ofertada de acuerdo a la plataforma digital Google Play por parte del SRI es de 100.000 suscriptores en todo el país, el 7,82% de este total es para la provincia de Imbabura.
- Para el 98,18% del mercado el producto tiene gran aceptación debido a que les ayudaría a cumplir con sus obligaciones tributarias a tiempo.
- En la fijación de precios el mercado objetivo está de acuerdo en cubrir este producto por una cantidad monetaria de \$5 a \$8, con un 63,80%.
- La forma de pago para el mercado objetivo es considerada mediante el uso de una tarjeta de crédito o débito con un 53,13% de aceptación.
- En el producto se incluirá una calculadora que complementa a la guía de manera eficiente, el mercado objetivo considera este aspecto como un valor agregado mostrando su conformidad con un 99,48% de aprobación.
- El 100% del mercado objetivo está de acuerdo en que se le otorgue una licencia gratuita durante un mes de prueba del producto.

- El canal de publicidad y recepción de información escogido por la población meta es la red social Facebook con un 78,13% de aceptación.
- Como una segunda opción para la comercialización del producto el mercado objetivo está de acuerdo en dirigirse a la oficina para la compra e instalación y una capacitación de uso con un 73,18% de aprobación.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

Para potencializar las características de un proyecto es necesario conocer los factores fundamentales que son importantes para su puesta en marcha y que el mismo se estructure adecuadamente.

Un estudio técnico permite que los autores tengan criterio razonable en la asignación del lugar de la planta, depende mucho del éxito del emprendimiento escoger un sitio completo, donde pueda contar con todas las garantías para las operaciones diarias y que no genere tropiezos tanto en el aspecto social como económico.

Es importante mencionar que hay que estimar la magnitud con la que cuente un proyecto ya que de esta manera se puede estimar la cantidad económica necesaria para conformar e implementar el área de trabajo administrativa y de producción.

El financiamiento cumple un rol importante en el estudio técnico ya que por medio de este factor se podría cubrir las necesidades económicas del emprendimiento.

4.2. Objetivo del estudio técnico

Elaborar un estudio técnico mediante la determinación del tamaño y destino de la inversión inicial, así como de los procesos de producción, localización e ingeniería del proyecto con la finalidad de determinar su financiamiento, implementación y factibilidad técnica.

4.2.1. Objetivos específicos

- Establecer la ubicación ideal para el emprendimiento.
- Determinar el tamaño o la capacidad del proyecto.
- Fijar un modelo apto para la elaboración del producto.

- Cuantificar la inversión necesaria para la puesta en marcha del trabajo.
- Conocer la cantidad monetaria exacta de financiamiento que haga falta para la puesta en marcha.

4.3. Ubicación del proyecto

La ubicación del proyecto es aquel punto donde se encontrará instalada la planta ya sea administrativa o de producción, ésta principalmente se basa en variables que permiten que su fijación sea eficiente cuyas variables son la Macrolocalización y la Microlocalización que serán detalladas a continuación:

4.3.1. Macrolocalización

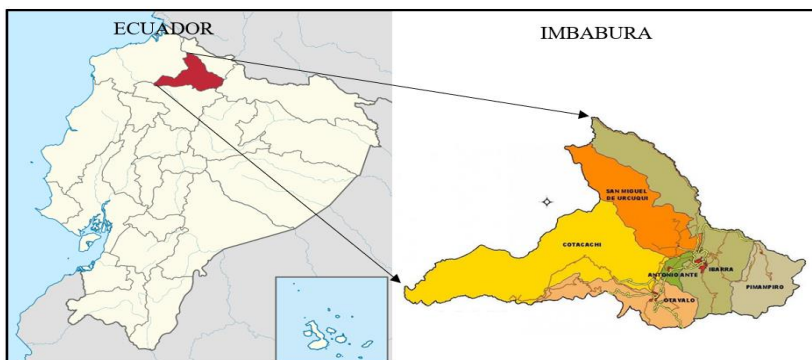
El emprendimiento tiene como finalidad proporcionar un producto intangible, que sea aprovechado por la población ecuatoriana en sí, debido a la magnitud con la que cuenta el país se ha estimado una proporción de este territorio para su estudio.

Imbabura una provincia de la república del Ecuador, ubicada en la parte norte del país rodeada por cuatro provincias del territorio, Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos, Pichincha, debido a su posicionamiento territorial estratégico es la plaza para los productos agrícolas que vienen de las demás provincias.

Está conformado por seis cantones Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Urcuqui y Pimampiro, cada uno de estos cantones tienen características únicas ya que se componen de cordilleras y prados, este territorio se considera rico en clima y biodiversidad ya que cuenta con páramos y posee climas cálidos secos, cálidos húmedos.

La macrolocalización del proyecto estará dirigida a la provincia de Imbabura.

Gráfico 17

Mapa de la Macrolocalización

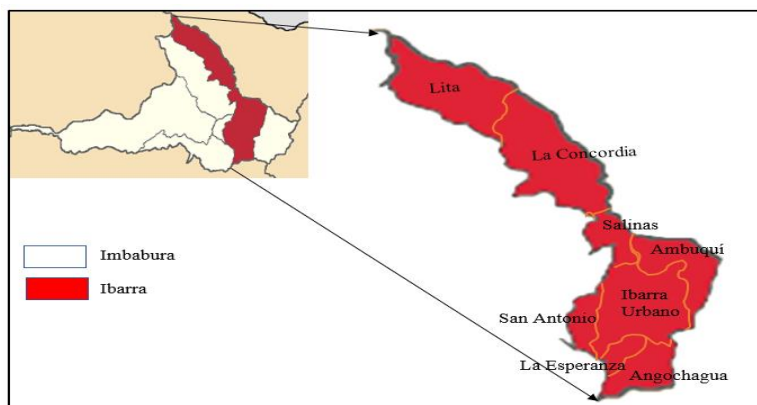
Fuente: www.sites.google.com y es.wikipedia.org/wiki/Provincia-de-Imbabura
 Elaborado por: Los Autores (2018)

4.3.2. Microlocalización

En la microlocalización del proyecto se ha tomado en cuenta al cantón Ibarra, se encuentra ubicada en la zona norte del país con una altura de 2.225 m.s.n.m, Ibarra está conformada por cinco parroquias urbanas, San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales que complementan este territorio, San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambiquí, Salinas, La Concordia y Lita.

Hay que aclarar que este sitio brinda todas las condiciones adecuadas para que el emprendimiento rinda frutos.

Gráfico 18

Mapa del cantón Ibarra

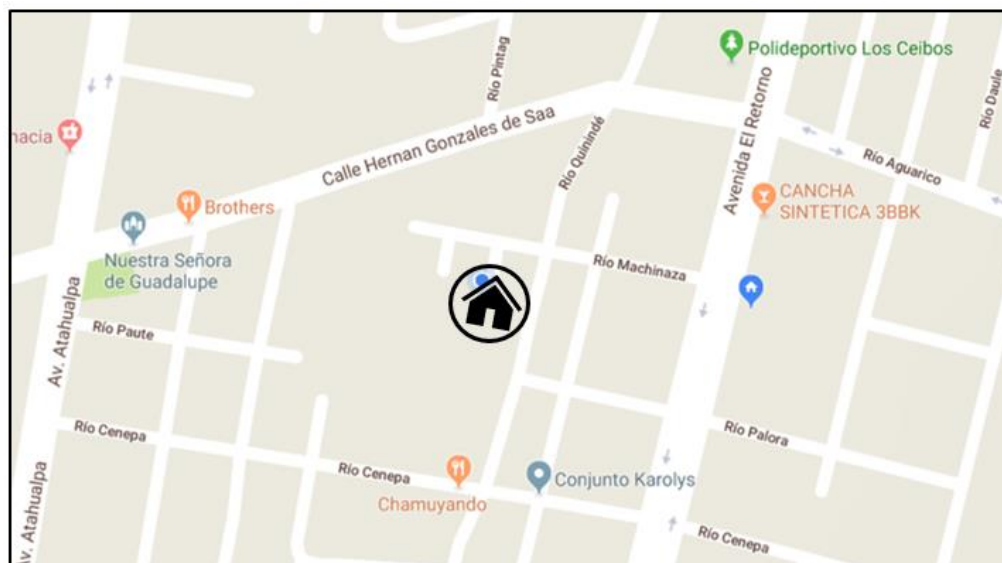
Fuente: es.wikipedia.org/wiki/Cantón-de-Ibarra
 Elaborado por: Los Autores (2018)

Una vez delimitada la provincia y el cantón, es importante determinar el sector exacto donde se encontrará la oficina del emprendimiento, el punto será en la parroquia San Francisco barrio los Ceibos, se ha seleccionado este sector debido que sus condiciones y características son ideales para la puesta en marcha de un negocio, además el sitio cuenta con todas las comodidades para quienes laboren en el emprendimiento, con respecto al transporte la mayoría de las rutas urbanas de los buses están distribuidas por el sector, la viabilidad de las calles son pavimentadas y adoquinadas, otro aspecto importante es que debido a la actividad económica con la que cuenta el lugar los horarios de atención son hasta la noche por lo que otros centros comerciales no cuentan con estas condiciones, esto es un punto a favor ya que los clientes gozarán de estas comodidades.

También se ha tomado esta opción a causa de que las instalaciones son propias de uno de los autores que realizan el proyecto.

Su localización exacta es en la ciudad de Ibarra Av. El Retorno calles Río Machinaza y Río Quinindé pasaje “A”.

Gráfico 19
Croquis del sector exacto



Fuente: www.google.com/maps/.
Elaborado por: Los Autores (2018)

4.4. Tamaño del proyecto

Hace referencia a la determinación de la capacidad instalada del emprendimiento, proporciona conocimiento de lo que el proyecto necesita para comenzar sus actividades.

4.4.1. Infraestructura física

El emprendimiento debe contar con un espacio acogedor y que cuente con todas las instalaciones de servicios básicos, debe contar con una red de datos inalámbrica que sea rápida, con la finalidad de brindar atención ágil al personal administrativo y de producción que estarán laborando durante ocho horas en la oficina.

4.4.2. Demanda

De acuerdo con el estudio de mercado se pudo apreciar que una cantidad de personas cumplen con todas las condiciones para formar parte de esta iniciativa, las circunstancias para el emprendimiento son adecuadas ya que existe una demanda insatisfecha de 51.021 personas que están en la capacidad de adquirir el producto.

4.4.3. Personal administrativo

Es importante contar con personal administrativo ya que son los encargados de ejecutar, controlar y monitorear las actividades dentro de una empresa, para esto es necesario incluir tres personas en el emprendimiento.

De esta manera se detalla a continuación al personal con conocimiento en el área:

Tabla 30
Personal administrativo

DETALLE	PERFIL	CANTIDAD
Gerente	Ing. Contabilidad y Auditoría CPA	1
Contador	Ing. Contabilidad y Auditoría CPA	1
Secretaria	Lcda. Secretariado	1

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.4.4. Mano de obra directa

Para el emprendimiento es necesario contar con un personal que se encargue del objetivo del proyecto que comprende crear una guía tributaria mediante una aplicación móvil, hay que aclarar que este producto no solamente depende de su creación ya que después de haber realizado su construcción hay que monitorear y si las condiciones ameritan reprogramar, para esto se necesitará de una persona con perfil apto para la actividad del emprendimiento que es la programación.

De esta manera se detalla a continuación al personal para el funcionamiento del proyecto:

Tabla 31
Mano de obra directa

DETALLE	PERFIL	CANTIDAD
Programador	Ingeniero en Sistemas	1

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.4.5. Mano de obra indirecta

Con la finalidad de proporcionar un ambiente adecuado el proyecto considera necesario incluir una persona que se dedique a mantener las instalaciones limpias y ordenadas, hay que aclarar que esto se cubrirá con un personal que trabaje un día a la semana, su remuneración se considerará por día de trabajo y se pagará con factura por servicios ocasionales.

Tabla 32
Mano de obra indirecta

DETALLE	PERFIL	CANTIDAD
Persona de limpieza	Bachillerato	1

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.4.6. Capacidad del proyecto

Entonces el proyecto estima su magnitud de acuerdo a la demanda insatisfecha, se conformará una oficina que estará dividida en dos partes: administrativo e informático, complementando el emprendimiento, las instalaciones se distribuirán de acuerdo a cada departamento, además se implementará una sala confortable donde se pueda recibir a los clientes para realizar la capacitación y venta del producto, en el aspecto humano se contará con la fuerza laboral de cinco personas que estarán al tanto de las actividades del emprendimiento.

El proyecto estima que se podrá acoger al 10% de la demanda insatisfecha en las instalaciones físicas (oficina), debido que la estructura solo puede soportar a este porcentaje, es decir que se podrá capacitar y vender el producto a un intervalo de 16 a 18 personas al día.

De la misma manera se estima que el emprendimiento tenga una acogida del 12% de la demanda insatisfecha mediante la tienda virtual Play Store.

De los ingresos que se generen por la venta de la aplicación el 30 % corresponde para la empresa Google lo restante es para el emprendimiento.

Tabla 33
Detalle capacidad de descargas del producto

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	INSTALACIONES FISICAS (10%)	PLAY STORE (12%)	TOTAL DESCARGAS
0	51.700	5.170	6.204	11.374
1	52.370	5.237	6.284	11.521
2	53.033	5.303	6.364	11.667
3	53.737	5.374	6.448	11.822
4	54.415	5.441	6.530	11.972
5	55.089	5.509	6.611	12.120
TOTAL	320.344	32.034	64.069	96.103

Fuente: Estudio técnico.
Elaborado por: Los Autores (2018)

4.5. Ingeniería del proyecto

Permite que el proyecto pueda organizar de una manera conveniente las instalaciones de acuerdo con las necesidades del emprendimiento, planificar el equipo y maquinaria es importante para las operaciones de la empresa, dar a los clientes una infraestructura donde puedan sentirse como en casa, en una área confortable y acogedora.

La capacidad instalada de construcción de la oficina es de 53,93 metros cuadrados donde se encontrará el emprendimiento.

4.5.1. Distribución del espacio del emprendimiento

De los 53,93 metros de construcción, se estima distribuir la oficina de la siguiente manera, explicado en la tabla:

Tabla 34
Distribución de la oficina

DETALLES	AREA	SUPERFICIE
Gerencia	Sola	9,34m ²
Contabilidad	Compartida	9,52m ²
Informática (Producción)	Sola	9,41m ²
Limpieza	Sola	5,43m ²
Cafetería	Sola	5,43m ²
Sala social	Sola	12,40m ²
Batería sanitaria	Sola	2,40m ²
TOTAL	General	53,93m ²

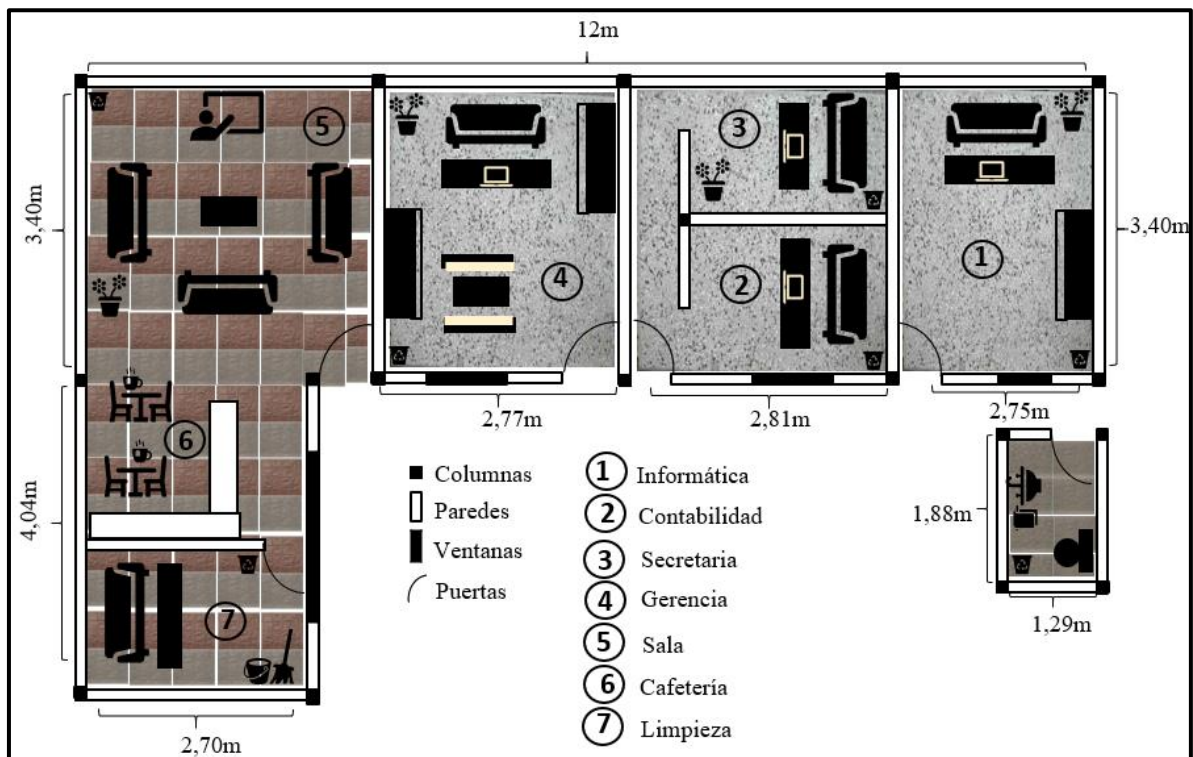
Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.5.2. Plano de la descripción del emprendimiento

A continuación se detalla las instalaciones del proyecto de forma gráfica, hay que señalar que esta estructura ya se encuentra construida lista para poner a andar el emprendimiento.

Gráfico 20
Plano de la oficina



Fuente: Estudio técnico.



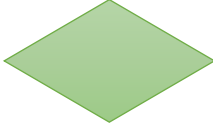






Elaborado por: Los Autores (2018)

4.6. Simbología para realizar los diagramas de flujo

Realizar un proceso que permita detallar cada uno de los pasos importantes para que el producto pueda estar listo para su uso, debido a esto existe una herramienta dinámica que permite detallar cada uno, para entender bien un flujograma hay que utilizar figuras que explican sin contener texto lo que se va a realizar.

A continuación se detallará las figuras que son importantes para realizar los procesos:

Tabla 35
Simbología de los flujogramas

SIMBOLO	NOMBRE	DEFINICIÓN
	Inicio y Final	Figura que sirve para comenzar o finalizar el flujograma.
	Proceso	Se usa para dar información cualquier tipo de operación que genere actividad.
	Decisión	Sirve para tomar una decisión lógica para continuar una acción de proceso.
	Documento	Representa aquel elemento que de relévele información de interés.
	Entrada y Salida	Simboliza la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida.
	Línea de flujo	Indica el sentido de ejecución del proceso o une símbolos entre sí.
	Almacenamiento	Permite el almacenamiento de datos o de información de las actividades.
	Preparación	Expresa proceso de una llamada subalterna.
	Conector	Sirve para enlazar dos partes de un diagrama, o a la conexión en distinta página del diagrama.
	Cinta magnética	Enlaza entre si partes de un flujograma para dar sentido a la conexión.

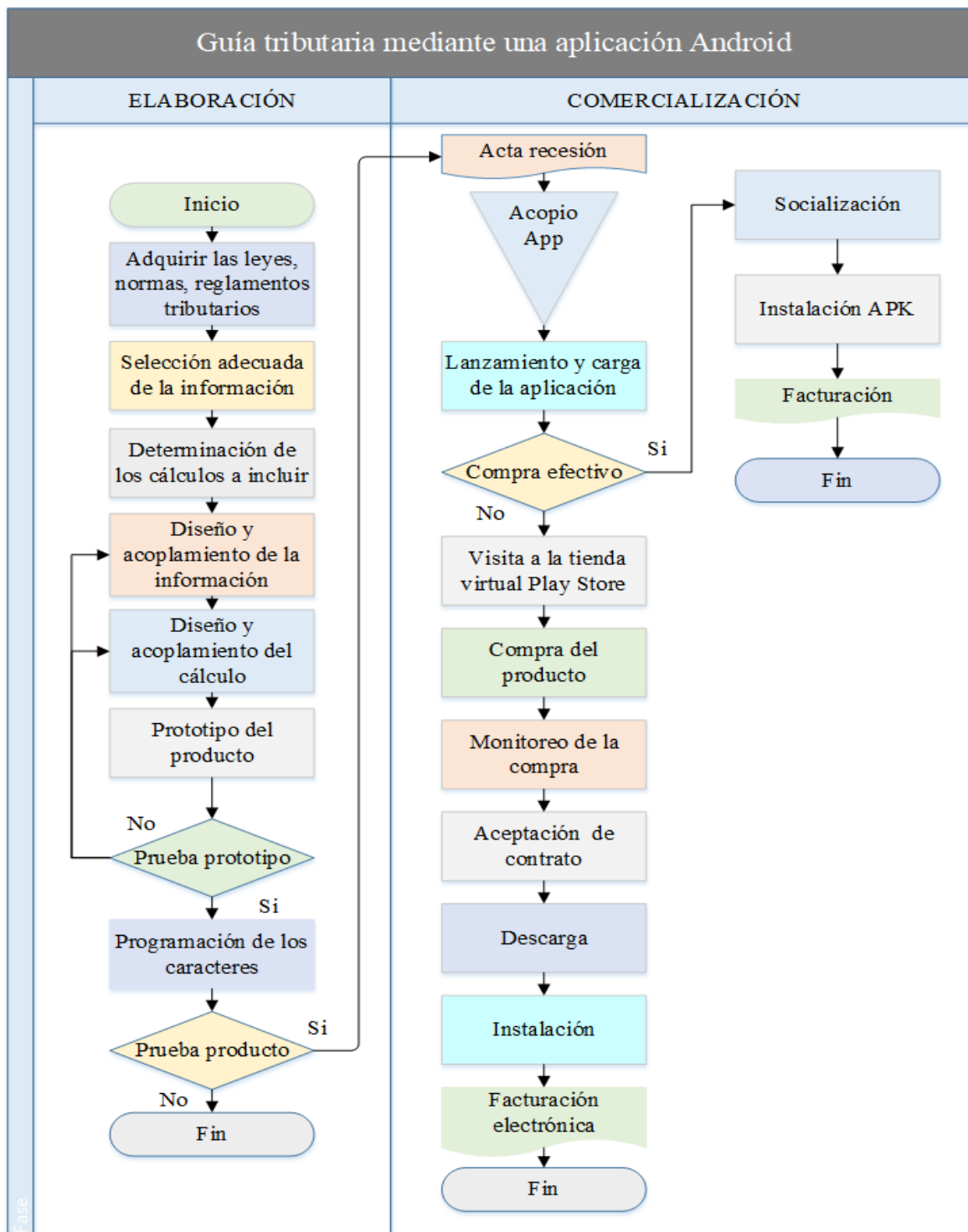
Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.6.1. Flujogramas del emprendimiento

Gráfico 21

Diagrama de procesos del proyecto



Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7. Presupuesto técnico

Aspecto en el cual se analizará la cantidad de dinero necesaria para que el emprendimiento pueda comenzar sus actividades, en este punto también se estima proformas que dan un conocimiento de valores exactos, existe también un detalle preciso de las variables que se analizarán.

4.7.1. Inversión fija

La inversión fija es aquella que permite identificar y solventar elementos que son importantes en la implementación de una empresa.

Para el proyecto se ha visto necesario considerar los siguientes aspectos para el equipamiento de la inversión fija:

4.7.1.1. Terreno y edificación

A pesar de que las instalaciones pertenecen a uno de los emprendedores son consideradas dentro del emprendimiento ya que forman parte de la inversión para la puesta en marcha de la empresa, y deben ser contabilizados.

Tabla 36
Detalle terreno y edificación

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	220 m ²	\$ 100,00	\$22.000,00
Edificación	53,93 m ²	\$ 300,00	\$ 16.179,00
TOTAL		\$ 400.00	\$ 38.179,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.1.2. Muebles y enseres

Los muebles y enseres que se utilizarán en el emprendimiento serán los que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 37
Mueblería y enseres

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gerencia		\$ 610,00	\$ 610,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Librero	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Silla giratoria	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Mini sala	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Contabilidad		\$ 310,00	\$ 310,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Silla giratoria	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Librero	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Informática		\$ 310,00	\$ 310,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Silla giratoria	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Librero	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Secretaria		\$ 430,00	\$ 430,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Silla giratoria	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Archivador de cuatro cajones	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Librero	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sala de capacitaciones		\$ 540,00	\$ 540,00
Sala familiar	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Pizarrón tiza liquida	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Limpieza		\$ 110,00	\$ 110,00
Armario	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Cafetería		\$ 230,10	\$ 458,50
Mesas	2	\$ 30,00	\$ 60
Sillas	8	\$ 25,00	\$ 200
Dispensador de agua	1	\$ 90,00	\$ 90
Cafetera Hamilton Beach 45 tazas	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL		\$ 2.515,00	\$ 2.720,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.1.3. Equipo de computación

Este punto es uno de los más importantes dentro del proyecto ya que el emprendimiento es netamente creador de programas, software, entonces constituye la herramienta principal para la

creación del producto de la empresa también por medio de estos equipos se podrá gestionar las operaciones de la mejor manera.

Tabla 38
Equipo de computación

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MacBook Pro-13,3 2017	1	\$ 1699,00	\$1699,00
Portátil Acer Aspire E14	1	\$ 489,00	\$ 489,00
Computadoras de escritorio Quasad i5	2	\$ 566,45	\$ 1,132,90
Impresora Multifunciones Epson L656 Sistema Continuo WIFI	1	\$ 659,95	\$ 659,95
TOTAL		\$ 3.414,40	\$ 3.980,85

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.1.4. Equipo de oficina

El equipo de oficina permite complementar el trabajo en general, estos equipos son importantes ya que sus características por las que se les consideró son las adecuadas.

Tabla 39
Componentes de oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono Panasonic	1	\$ 83,00	\$ 83,00
TOTAL		\$ 83,00	\$ 83,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.1.5. Equipo de seguridad

Para que las instalaciones brinden condiciones de seguridad hay que invertir en un equipo que permita tener en control de las acciones que se den día a día, esto también permite que no solo las instalaciones se encuentren seguras sino el personal y la clientela cuando acudan al emprendimiento.

Tabla 40
Detalle del equipo de seguridad

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sistema de seguridad contra robos:	1	\$ 462,60	\$462,60
-Kit sistema de alarma Neo 30W			
-Caja metálica para sirena			
-Detector de movimientos			
-Contacto magnético adhesivo			
TOTAL		\$ 462,60	\$ 462,60

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.1.6. Total de la inversión fija

Tabla 41
Resumen de la inversión fija

DESCRIPCIÓN	VALOR POR SECCIÓN
Terreno y edificación	\$ 38.179,00
Muebles y enseres	\$ 2.720,00
Equipo de computo	\$ 3.980,85
Equipo de oficina	\$ 83,00
Equipo de seguridad	\$ 462,60
TOTAL	\$ 45.425,45

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.2. Activos diferidos

Permite diferir ciertos montos que son considerablemente grandes para el emprendimiento y que si su administración no es la adecuada puede generar perdidas al inicio de las operaciones de la empresa.

4.7.2.1. Gastos diferidos

Debido que el emprendimiento crea programas se debe estimar una patente de invención que garantice la propiedad intelectual de quienes lo crean, este valor se ha considerado diferirlo ya que

su desembolso es alto para cubrir y se convierte respectivamente en un activo ya que sería propio de la empresa.

Una vez que se aprueba la patente de invención, esta dura 20 años los cuales se tendrá que cubrir un mantenimiento anual.

Tabla 42
Detalle gastos constitución patente

DETALLE	VALOR
Solicitudes	
Presentación de solicitudes de registro. Inscripción o concesión de derechos de diseños industriales.	\$ 526,46
Títulos	
Título de concesión de diseño industrial	\$ 136
Exámenes	
Exámenes previo a la concesión de patentes de invención	\$ 596,49
Total constitución	\$ 1.258,95

Fuente: www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-tarifario-de-tasas.pdf
Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.2.2. Gastos de constitución

Es importante estimar los gastos de constitución con el fin de precautelar sus actividades y existencia legal y poder comenzar las actividades económicas del emprendimiento.

El emprendimiento cumple los requisitos para convertirse en una Microempresa lo que quiere decir que debido a la actividad que se generara no es necesario ser una persona jurídica por lo que se ha tomado en cuenta establecerla como una persona natural.

A continuación se detallan aquellos rubros que serán importantes para la constitución de la microempresa:

Tabla 43
Gestiones para el funcionamiento del emprendimiento

DESCRIPCIÓN	VALOR
Permiso bomberos	\$ 50,00
Patente municipal	\$ 150,00

Permiso de funcionamiento	\$ 80,00
Trámites legales	\$50,00
Contratamientos	\$ 200,00
TOTAL	\$ 530,00

Fuente: GAD Ibarra.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.2.3. Total activos diferidos

Tabla 44

Resumen

DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos diferidos (Patente de invención)	\$ 1.258,95
Gastos de constitución	\$ 530,00
TOTAL	\$ 1.788,95

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.3. Inversión variable

Por medio de esta inversión el emprendimiento estimará y solventará las respectivas cantidades económicas por gastos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, así como los montos adecuados para cubrir las necesidades prioritarias.

4.7.3.1. Materia prima directa

Constituye parte fundamental en el proyecto ya que son aquellos materiales que son importantes para la construcción del producto, se ha estimado que estos materiales o procesos se realicen cada vez que se construya una aplicación.

➤ Leyes tributarias

Debido que el producto a ofrecer se trata de una guía tributaria mediante una aplicación móvil el necesario incluir información de leyes que sirven para crear el producto, hay que aclarar que las leyes son gratuitas ya que sus creadores son el estado.

Tabla 45
Detalle de las leyes a utilizar

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LORTI	2	\$ 24,00	\$ 48,00
Código Tributario	2	\$ 9,60	\$ 19,20
Código Orgánico Monetario y Financiero	1	\$ 20,00	\$20,00
Reglamento aplicación de la LRTI	1	\$ 22,00	\$ 22,00
COPCI	1	\$ 24,00	\$ 24,00
TOTAL	5	\$ 99,60	\$ 133,20

Fuente: Corporación de Estudios y Publicaciones, compra online www.cepweb.com.ec.

Elaborado por: Los Autores (2018)

➤ *Diseño de la App*

Después de seleccionar la información adecuada de las leyes y de seleccionar los cálculos que estarán inmersos en el producto se realiza el diseño de lo que será la aplicación, con la finalidad de tener un prototipo que pueda verse antes de ser programado y así el ingeniero en sistemas tenga una idea de cómo será el programa o software.

Tabla 46
Diseño y prototipo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Prototipo de diseño	1	\$250,00	\$ 250,00
TOTAL	1	\$250,00	\$ 250,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.3.2. Materia prima directa total

Tabla 47
Resumen de la materia prima directa

DESCRIPCIÓN	VALOR POR SECCIÓN
Leyes tributarias	\$ 133,20
Diseño de la App	\$ 250,00
TOTAL	\$ 383,20

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.3.3 Mano de obra directa

La mano de obra directa se ha considerado en base al objetivo del emprendimiento que en sí se basa en creación de programas o software, para esto el personal encargado de esta área será un ingeniero en sistemas (programador) quien generará la producción en la empresa.

Hay que señalar que el IESS establece una remuneración para quienes desempeñan esta actividad de \$ 414,38 lo que el emprendimiento considera una remuneración de \$ 500 para que el empleado este motivado y bien pagado por su desempeño.

Los fondos de reserva no son considerados aún debido que la empresa es nueva y esta remuneración se otorga al año de haber trabajado.

Tabla 48

Detalle de la mano de obra directa

Detalle	Remun Mensu.	Remun. Anual.	Aport.P. Mensu.	Aport.P Anual	Fondo. Reser.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual 1
Programador	\$ 500,00	\$6.000,00	\$ 60,75	\$ 729,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 386,00	\$7.615,00
TOTAL	\$ 500,00	\$6.000,00	\$ 60,75	\$ 729,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 386,00	\$7.615,00

Elaborado por: Los Autores (2018)

➤ *Elaboración del producto*

Para iniciar se estimó una cantidad de efectivo que será cubierta con la finalidad de construir la aplicación por medio de un programador externo que aún no pertenece al emprendimiento, la programación tuvo un costo de \$ 1200,00 monto que solo será considerado para el primer año de inversión ya que el emprendimiento contará con un programador propio quien de ahí en adelante será el encargado de monitorear y controlar la aplicación y además de elaborar nuevos programas móviles.

4.7.3.4. Mano de obra directa total

Tabla 49

Resumen de la mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	VALOR POR SECCIÓN
Remuneraciones del programador	\$ 7.615,00
Elaboracion del producto	\$ 1200,00
TOTAL	\$ 8.815,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.4. Costos Indirectos de Fabricación

Se estima aquella cantidad monetaria que es necesaria para el terminado del producto y para que el mismo llegue a las manos del cliente.

4.7.4.1. Servicios básicos

Es importante estimar los servicios básicos que ayuda a generar las operaciones dentro del emprendimiento.

Tabla 50

Detalle de los servicios básicos

DETALLE	CANTIDAD	VALOR REMUNERACION MENSUAL	VALOR REMUNERACION ANUAL
Energía eléc. (EMELNORTE \$ 0,15 por KWh).	200 KWh	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua potable (EMAPA \$0,78 por metro cubico).	27m ³	\$ 21,06	\$ 252,72
Teléfono (CNT \$ 0,08 por minuto).	100 min.	\$ 8,00	\$ 96,00
Internet (Puntonet fibra óptica).		\$33,49	\$ 401,88
TOTAL		\$ 92,55	\$ 1.110,60

Fuente: www.emelnorte.com, www.emapaibarra.gob.ec y www.cnt.gob.ec.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.4.2. Personal de limpieza

Se ha tomado en cuenta una persona que se encargue de la limpieza ya que mantendrá el ambiente de la oficina limpia y presentable para quienes visiten las instalaciones a adquirir el producto o a capacitarse.

El pago se determina mediante una remuneración diaria basándose en el SBU, de esta manera el desembolso por hora es de \$1,61 al día de trabajo 12,88, a pesar de ser este el monto establecido por la ley se estima pagar \$ 20,00, es decir que el emprendimiento cubrirá esta cantidad monetaria por un día a la semana por concepto de limpieza de las instalaciones.

Tabla 51
Detalle de la persona encargada de la limpieza

DETALLE	CANTIDAD DÍAS SEMANA	SEMANAS LABORALES	VALOR DIARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Persona de aseo	1	4	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
TOTAL				\$ 80,00	\$ 960,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.4.3. Suministros de aseo y limpieza

Los suministros permiten que el trabajo de quienes realizan el aseo se complemente, es importante describir cuáles serán los materiales necesarios para el aseo de todas las instalaciones de la empresa, ciertos productos se adquirirán mensual y semestralmente tales como:

Tabla 52
Detalle de materiales para la limpieza

DETALLE	CANTIDAD UNIDADES MEDIDA	EN DE	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Desinfectante	1 litro		\$ 1,99	\$1,99	\$ 23,88
Detergente	1 litro		\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Cloro	1 galón		\$ 2,99	\$ 2,99	\$ 35,88
Papel Higiénico	12 unidades		\$ 0,24	\$ 2,85	\$ 34,56
Jabón líquido	400 mililitros		\$ 2,99	\$ 2,99	\$ 35,88

Ambiental spray	1 unidad	\$ 2,75	\$ 2,75	\$ 33,00
Basureros	5 unidades	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Escoba plástica	3 unidades	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Recogedores de basura	3 unidades	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 4,50
Trapeadores	3 unidades	\$ 2,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Pañuelos absorbentes	5 unidades	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 44,10	\$ 276,20

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.4.4. Total de los costos indirectos de fabricación

Tabla 53

Resumen de los CIF

DESCRIPCIÓN	VALOR
Servicios básicos	\$ 1.110,60
Persona de limpieza	\$ 960,00
Suministros de aseo y limpieza	\$ 276,20
TOTAL	\$ 2.346,80

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.5. Gastos administrativos

4.7.5.1. Capacidad humana laboral para administración

Es indispensable contar con un personal capacitado para llevar acabo funciones que sean netamente necesarias en las operaciones de la empresa, dicho personal se encargara del papeleo, orden en las finanzas, entre otras, además permite que la gerencia tome decisiones en base al trabajo realizado por contabilidad.

Los fondos de reserva no son considerados aún debido que la empresa es nueva y esta remuneración se otorga al año de haber trabajado.

Tabla 54

Detalle personal administrativo

Detalle	Remun Mensu.	Remun. Anual.	Aport.P. Mensu.	Aport.P Anual	Fondo. Reser.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual
Gerente	\$ 600,00	\$7.200,00	\$ 72,90	\$ 874,80	\$ 0,00	\$ 600,00	\$386,00	\$9.060,80

Contador	\$ 500,00	\$6.000,00	\$ 60,75	\$ 729,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$386,00	\$7.615,00
Secretaria	\$ 400,00	\$4.800,00	\$ 48,60	\$ 583,20	\$ 0,00	\$ 400,00	\$386,00	\$6.168,20
TOTAL								\$22.845,00

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.5.2. *Suministros y materiales de oficina*

Es significativo destacar que para el emprendimiento se adquirirá ciertos insumos para complementar las actividades del personal administrativo.

Tabla 55

Detalles materiales oficina

DETALLE	CANTIDAD UNIDADES DE MEDIDA	EN PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Resma	3 unidades	\$ 3,25	\$ 9,75	\$ 58,50
Esferos	6 unidades	\$ 0,35	\$ 2,10	\$ 12,60
Lápices	6 unidades	\$ 0,25	\$ 1,50	\$ 9,00
Borradores	6 unidades	\$ 0,25	\$ 1,50	\$ 9,00
Resaltador	6 unidades	\$ 1,00	\$ 6,00	\$ 12,00
Carpetas	8 unidades	\$ 0,25	\$ 2,00	\$ 2,00
Carpeta Archivadora	4 unidades	\$ 3,45	\$ 13,80	\$ 13,80
Grapadora	4 unidades	\$ 5,60	\$ 22,40	\$ 22,40
Perforadora	4 unidades	\$ 5,70	\$ 22,80	\$ 22,80
Grapas	4 cajas	\$ 1,25	\$ 5,00	\$ 10,00
Cuadernos	4 unidades	\$ 3,75	\$ 15,00	\$ 15,00
Correctores	6 unidades	\$ 0,85	\$ 5,10	\$ 10,20
Quita grapas	4 unidades	\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Separadores de hojas	1 ciento	\$ 1,50	\$ 6,00	\$ 6,00
Marcadores tiza liquida	3 unidades	\$ 0,75	\$ 2,25	\$ 27,00
Borrador tiza liquida	1 unidad	\$ 0,85	\$ 0,85	\$ 0,85
Tinta para impresora	2 kits	\$ 27,99	\$ 55,98	\$ 167,94
Bandeja portapapeles	4 unidades	\$ 16,50	\$ 66,00	\$ 66,00
Caja clips	3 cajas	\$ 0,50	\$ 1,50	\$ 3,00
Facturero	4 cientos	\$ 9,00	\$ 36,00	\$ 432,00
Vasos cristal	10 unidades	\$ 0,90	\$ 9,00	\$ 9,00
Plato plano	10 unidades	\$ 1,70	\$ 17,00	\$ 17,00
Juego de tasas y platos	1 juego	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 19,00
Juego de cucharas	1 juego	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
TOTAL			\$ 328,03	\$ 952,59

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.5.3. Total gastos administrativos

De esta manera la cuantía monetaria respectivo a los gastos de administración queda definida de la siguiente manera;

Tabla 56
Resumen gastos de administración

DESCRIPCIÓN	VALOR
Personal administrativo	\$ 22.845,00
Suministros y materiales de oficina	\$ 952,59
TOTAL	\$23.797,59

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.6. Gastos de seguridad y salud

Aquellos productos que permiten complementar a los equipos de seguridad y que además su comportamiento está basado en cuidar y velar por los clientes y el capital humano del emprendimiento.

Tabla 57
Detalle de suministros de seguridad y salud

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Detector de humos	4	\$ 15,68	\$ 62,72
Extintores de 5 lbs. P.Q.S	3	\$ 20,16	\$ 60,48
Botiquín Grande	1	\$ 25,76	\$ 25,76
Botiquín pequeño	2	\$ 16,80	\$ 33,60
TOTAL		\$ 78,40	\$ 182,56

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.7. Gasto de ventas

Se refiere a los gastos que el emprendimiento estima sean significativos para la venta del producto y que el mismo pueda llegar a las manos del cliente y brindar satisfacción.

4.7.7.1. Gastos publicidad

Los gastos de publicidad permiten que el producto pueda ser reconocido y que las personas en base a la información que tengan del canal logren tener el deseo de adquisición del producto, pues los medios a utilizar son las Facebook y Google debido al interés que mostro la población para utilizar este canal, adicionalmente a esto se realizará una campaña publicitaria física.

Hay que resaltar que los dos canales de comunicación por una red virtual manejan una forma de pago en base al propio presupuesto de quien desea hacer publicidad con ellos, es decir que tanto la corporación Google y Facebook aceptan cualquier pago en un intervalo de \$5 a \$50.000 esto depende de las veces que se pongan en la red, de links y de visualizaciones, si la empresa paga un determinado monto las dos corporaciones estiman ese valor y cuelgan en internet evaluando las variables mencionadas.

El diario el comercio “El Norte” mantiene un segmento de publicidad o de información al público donde cobra \$10 por un anuncio textual este valor solo dura dos días desde su publicación, el emprendimiento considera realizar este pago mensual durante ocho meses.

Tabla 58
Determinación de los gastos de publicidad

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Spot publicitario	\$ 250,00	\$ 250,00
Publicidad en Facebook	\$ 25,00	\$ 200,00
Publicidad en Google	\$ 25,00	\$ 200,00
Periódico	\$ 10,00	\$ 80,00
Hojas volante tamaño A5	\$ 80,00	\$ 80,00
Rotulo tamaño 2x1m en lona con caja de luz	\$ 180,00	\$ 180,00
Gigantografía tamaño 3x10m impreso en lona	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 870,00	\$ 1.290,00

Fuente: www.facebook.com/business/, Google AdWords y www.elnorte.ec
Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.7.2. Establecerse como desarrollador

En el mercado que el proyecto desea incurrir se analiza un aspecto importante para poner el producto a la venta mediante la tienda Play Store, hay que explicar que para formar parte de este mercado es necesario cubrir un valor que permitirá establecer a la empresa como desarrolladora de Apps y tener la puerta abierta para la carga y su respectiva venta del producto al cliente, dicho monto solo se pagará una vez.

Tabla 59
Autorización carga y venta del producto

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Autorización desarrollador	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL	\$ 25,00	\$ 25,00

Fuente: www.cincodias.elpais.com
Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.7.3 Comisión Interdin

Esta comisión se cancela a la empresa Interdin por prestar su servicio de DataFast que permite brindar comodidad a los clientes al momento de pagar con tarjeta de crédito, dicha operación tiene un pago del 8% de los ingresos que se realicen mediante este método.

Tabla 60
Detalle comisión interdin

Años	Demanda insatisfecha	Instalación física	Play Store	Q. Descargas	% Preferencia pago tarjeta	Precio producto	Ingresos por pagos con tarjeta	Comisión Interdin
		10%	12%		53,13%			8%
1	52370	5237	6284	11521	6121	\$7,00	\$42.847,75	\$3.427,82

Fuente: Estudio técnico.
Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.7.4. Total gasto de ventas

Tabla 61
Resumen gasto de ventas

DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de publicidad	\$ 1.290,00
Permiso desarrollador	\$ 25,00
Comisión Interdin	\$ 3.427,82
TOTAL	\$ 4.742,82

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.8. Total Inversión variable

Se resume la inversión variable que ayudará a cubrir el financiamiento de las actividades de la empresa descritas de la siguiente manera:

Tabla 62
Resumen

DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia prima directa	\$ 383,20
Mano de obra directa	\$ 8.815,00
Costos indirectos de fabricación	\$ 2.346,80
Gastos de administración	\$ 23.797,59
Gastos de seguridad y salud	\$ 182,56
Gasto de ventas	\$ 4.742,82
TOTAL	\$ 40.267,97

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.7.9. Capital de trabajo

El capital de trabajo aporta con la cantidad de efectivo necesaria para que el emprendimiento pueda sostener y no generar pérdida en los primeros meses, años de operaciones, también este monto sustituye o cubre las obligaciones económicas hasta que la empresa comience a generar sus propios ingresos.

El emprendimiento considera establecer el capital de trabajo para dos meses de duración debido a que las condiciones de venta del producto se darán a partir del siguiente mes ya que el primer mes estará a prueba y de ahí su respectiva compra.

Entonces se ha tomado en cuenta a la inversión variable de \$ 40.267,97 la misma que será dividida para el total de periodos con los que cuenta el año es decir 12 y multiplicar por los dos meses que se estima su duración.

Tabla 63
Detalle del capital de trabajo

INVERSIÓN VARIABLE	FRACCION MENSUAL	PERIODOS DE DURACION	DE CAPITAL DE TRABAJO
\$ 40.267,97	\$ 3.355.66	2 meses	\$ 6.711,33

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.8. Inversión total

Entonces la inversión necesaria para comenzar las actividades del emprendimiento estará conformada por tres grupos: inversión fija, activos diferidos, y el capital de trabajo.

Tabla 64
Resumen de la inversión total

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión fija	\$ 45.425,45
Activos diferidos	\$ 1.788,95
Capital de trabajo	\$ 6.711,33
TOTAL	\$ 53.925,73

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.9. Financiamiento

Este emprendimiento será financiado mediante recursos propios y recursos prestados (financieros), los propietarios de dicha empresa aportarán con \$ 48.925,73 dólares, y para completar la suma total de la inversión se realizará la respectiva solicitud de crédito a BanEcuador por \$ 5.000 dólares.

El crédito que se solicitará a la Institución Financiera BanEcuador es de \$ 5.000, con una tasa de interés del 15% anual esta tasa hace referencia a crédito para emprendimiento destino capital/comercio, a un plazo de 5 años, donde los respectivos pagos se realizarán en forma trimestral.

Tabla 65
Detalle del financiamiento del proyecto

DETALLE	VALOR	% PARTICIPACIÓN
Recursos propios	\$ 48.925,73	90,73%
Recursos financiados	\$ 5.000,00	9,27%
TOTAL	\$ 53.925,73	100%

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

4.9.1. Tabla de amortización

Es una herramienta financiera que especifica la cuota que se deberá pagar por un crédito el cual será cancelado en periodos iguales ya sean estos mensuales, trimestrales, semestrales, entre otros, de acuerdo a las especificaciones que existan entre el ente financiero y los dueños del proyecto, en un determinado tiempo y a una tasa de interés establecida por la institución financiera.

Para el emprendimiento se realizarán pagos trimestrales detallados en la siguiente tabla de amortización:

Datos:

- Deuda: 5.000
- Plazo: 5 años
- Tasa interés: 15%
- Frecuencia: Trimestral

Tabla 66
 Tabla de amortización

Nº CUOTA	CAPITAL	VALOR CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
1	5000	\$353,58	177,79038	\$175,79	\$4.824,21
2	\$4.824,21	\$353,58	171,53949	\$182,04	\$4.642,16
3	\$4.642,16	\$353,58	165,06633	\$188,52	\$4.453,64
4	\$4.453,64	\$353,58	158,36299	\$195,22	\$4.258,42
5	\$4.258,42	\$353,58	151,4213	\$202,16	\$4.056,26
6	\$4.056,26	\$353,58	144,23278	\$209,35	\$3.846,91
7	\$3.846,91	\$353,58	136,78864	\$216,80	\$3.630,11
8	\$3.630,11	\$353,58	129,07981	\$224,50	\$3.405,61
9	\$3.405,61	\$353,58	121,09686	\$232,49	\$3.173,12
10	\$3.173,12	\$353,58	112,83006	\$240,75	\$2.932,37
11	\$2.932,37	\$353,58	104,2693	\$249,31	\$2.683,05
12	\$2.683,05	\$353,58	95,404144	\$258,18	\$2.424,87
13	\$2.424,87	\$353,58	86,223756	\$267,36	\$2.157,51
14	\$2.157,51	\$353,58	76,716931	\$276,87	\$1.880,64
15	\$1.880,64	\$353,58	66,872063	\$286,71	\$1.593,93
16	\$1.593,93	\$353,58	56,677129	\$296,91	\$1.297,02
17	\$1.297,02	\$353,58	46,119683	\$307,46	\$989,56
18	\$989,56	\$353,58	35,186835	\$318,40	\$671,16
19	\$671,16	\$353,58	23,865236	\$329,72	\$341,44
20	\$341,44	\$353,58	12,141063	\$341,44	\$-0,00
		\$7.071,68	2071,6848	\$5.000,00	
				\$7.071,68	

Fuente: Estudio técnico.

Elaborado por: Los Autores (2018)

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

Este aspecto constituye una óptica para que los emprendedores puedan determinar la factibilidad de la puesta en marcha de la microempresa, permite el análisis de indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Beneficio costo, Punto de equilibrio, entre otros, que certifican el propósito por el cual se quiere crearlo.

Para su construcción se realiza una proyección que contenga información financiera de los periodos anuales de vida del proyecto, con índices que son habituales en la economía de un país, generalmente para la proyección que tenga que ver con precios se utiliza el índice de la inflación y para aquellos que tenga que ver con remuneraciones se utiliza la tasa de crecimiento del SBU.

Está compuesto de un resumen general de ingresos, costos y gastos que posteriormente serán cuantificados mediante los estados financieros proforma, además permiten otorgar ciertas condiciones a las que el proyecto se ajusta.

5.2. Objetivo del estudio de mercado

Realizar un estudio financiero mediante la proyección de ingresos, costos, gastos y la estructuración de estados financieros proforma que permitan realizar un análisis con la utilización de indicadores para determinar si el proyecto es económicamente viable.

5.2.1. Objetivos específicos

- Identificar la tasa de crecimiento monetaria
- Determinar la proyección de la materia prima necesaria para el proyecto
- Fijar la proyección de la mano de obra para el trabajo
- Proyectar los CIF y Gastos que están inmersos en el proyecto

- Establecer los Activos diferidos.
- Determinar la depreciación de la inversión fija
- Realizar la proyección del estado de resultados proforma
- Efectuar el flujo neto de caja proyectado
- Calcular los indicadores financieros y realizar el análisis correspondiente.

5.3. Ingresos

Es aquella cantidad monetaria que recibe una empresa o un emprendimiento por el intercambio de un bien y/o servicio que es adquirido por los consumidores con la finalidad de cubrir una necesidad y que para el emprendimiento representa un rendimiento económico que pueda solventar sus actividades y proporcionar ganancias.

5.3.1. Ingresos proyectados

Para la proyección de los ingresos se ha tomado en cuenta la inflación de los precios en los 5 últimos años en la economía del país, esto permitirá identificar las entradas correspondientes para cada año de vida del proyecto.

Tabla 67
Inflación promedio anual

Año	% Inflación
2013	3,68
2014	3,62
2015	3,66
2016	1,12
2017	0,2
Total	12,28
Promedio	2,456

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Para determinar la cantidad de ingresos proyectados que generará el emprendimiento se ha tomado en cuenta la cantidad de acuerdo a la demanda insatisfecha, el proyecto estima que el 22% de esta cantidad será atendida debido a su capacidad física instalada.

Tabla 68
Proyección de ingresos

Años	Demanda insatisfecha	Instalaciones físicas 10%	Play Store 12%	Q. Descargas proyectada	Precio producto	Resumen de ingresos	Comisión Google 30%	Ingresos
1	52.370	5237	6284	11.521	\$7,00	\$80.647,00	\$13.196,40	\$67.450,60
2	53.033	5303	6364	11.667	\$7,17	\$83.674,79	\$13.692,63	\$69.982,16
3	53.737	5374	6448	11.822	\$7,35	\$86.868,79	\$14.214,09	\$72.654,70
4	54.415	5442	6530	11.972	\$7,53	\$90.131,57	\$14.748,39	\$75.383,18
5	55.089	5509	6611	12.120	\$7,71	\$93.486,79	\$15.298,05	\$78.188,74

Fuente: Estudio financiero.
Elaborado por: Los Autores (2018)

Como se mencionó anteriormente una parte de los ingresos está destinado a la empresa Google, cuya comisión es del 30% de las ventas, para el caso este monto no será considerado para las actividades económicas del emprendimiento debido que este valor no es propio de la entidad.

5.4. Egresos

Son aquellos desembolsos que el emprendimiento realizará para cubrir las operaciones que se den dentro de la misma, esencialmente estos valores cubren parte importante de la puesta en marcha de un proyecto.

5.4.1. Determinación de egresos

En la investigación del proyecto se ha visto necesario la implementación de activos fijos y activos diferidos que son considerados para su implementación, dichos aspectos ya fueron detallados en el anterior capítulo del proyecto.

5.5. Costos de producción

Son aquellos valores estimados dentro de la producción de un bien y/o servicio, sus componentes principales son: Materia Prima, Mano de Obra, Costos Indirectos de Fabricación.

5.5.1. Materia prima directa

Debido que el emprendimiento se basa en la creación de una guía tributaria por medio de una aplicación móvil es necesaria comprar aquellos suministros cada año a causa de que la normativa es cambiante y se actualiza, por esta razón el producto necesitará estos materiales anualmente, la cantidad de estos suministros no aumentará ni disminuirá debido a que esa cantidad es la necesaria para cada año, ahora si bien es cierto los precios si cambiarán y estos son determinados por medio del índice de inflación del país.

Tabla 69

Materia prima directa proyectada

Detalle	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5						
	Q	Costo unitario	Costo total	Q	Costo unitario	Costo total	Q	Costo unitario	Costo total	Q	Costo unitario	Costo total			
LORTI	2	\$24,00	\$48,00	2	\$24,59	\$49,18	2	\$25,19	\$50,39	2	\$25,81	\$51,62	2	\$26,45	\$52,89
Código Tributario	2	\$9,60	\$19,20	2	\$9,84	\$19,67	2	\$10,08	\$20,15	2	\$10,32	\$20,65	2	\$10,58	\$21,16
Código Orgánico Monetario y Financiero	1	\$20,00	\$20,00	1	\$20,49	\$20,49	1	\$20,99	\$20,99	1	\$21,51	\$21,51	1	\$22,04	\$22,04
Reglamento aplicación de la LRTI	1	\$22,00	\$22,00	1	\$22,54	\$22,54	1	\$23,09	\$23,09	1	\$23,66	\$23,66	1	\$24,24	\$24,24
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	1	\$24,00	\$24,00	1	\$24,59	\$24,59	1	\$25,19	\$25,19	1	\$25,81	\$25,81	1	\$26,45	\$26,45
TOTAL	5	\$99,60	\$133,20	5	\$102,05	\$136,47	5	\$104,55	\$139,82	5	\$107,12	\$143,26	5	\$109,75	\$146,78
Prototipo de diseño	1	\$250,00	\$250,00	1	\$256,14	\$256,14	1	\$262,43	\$262,43	1	\$268,88	\$268,88	1	\$275,48	\$275,48
TOTAL	1	\$250,00	\$250,00	1	\$256,14	\$256,14	1	\$262,43	\$262,43	1	\$268,88	\$268,88	1	\$275,48	\$275,48
Materia prima directa			\$383,20			\$392,61			\$402,25			\$412,13			\$422,26

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.5.2. Mano de Obra

Es aquella fuerza laboral que permite la ejecución de las actividades y la continuidad del progreso empresarial, dicho capital humano realiza las funciones a cambio de una remuneración mensual que solventará sus necesidades.

Para la determinación de las proyecciones de la mano de obra se ha incluido el porcentaje promedio del crecimiento del Salario Básico Unificado.

Tabla 70
Promedio incremento SBU

Años	SBU	% De crecimiento	%
2018	\$386,00	0,0284974	2,8497409
2017	\$375,00	0,024	2,4
2016	\$366,00	0,0327869	3,2786885
2015	\$354,00	0,0338983	3,3898305
2014	\$342,00	0,0877193	8,7719298
2013	\$312,00		
Promedio incremento SBU			20,69019
% Promedio incremento SBU			0,0413804

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

El porcentaje promedio de crecimiento del Salario Básico Unificado ha sido de un 4,138% en los últimos 5 años.

5.5.2.1. Mano de obra directa

El emprendimiento considera una mano de obra directa al personal especializado en Tecnologías de Información, esto debido a que la empresa se caracteriza por la creación de programas móviles de esta manera se ha considerado un Programador.

Adicionalmente se consideró el pago por la programación inicial del producto el cual solo suma para el primer año de ahí en adelante el encargado será el Ingeniero en sistemas.

Tabla 71
Determinación de la mano de obra año 1

Detalle	Remun Mensu.	Remun. Anual.	Aport.P. Mensu. 12,15%	Aport.P Anual	Fondo. Reser.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual Año 1
Remuneraciones Programador	\$500,00	\$6.000,00	\$60,75	\$729,00	\$500,00	\$500,00	\$386,00	\$7.615,00
Programación producto	\$1.200,00	\$1.200,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.200,00
Total mano de obra directa	\$1.500,00	\$7.000,00	\$60,75	\$729,00	\$500,00	\$500,00	\$386,00	\$8.615,00

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 72
Proyección de la mano de obra directa

Detalle	Total Anual Año 1	Total Anual Año 2	Total Anual Año 3	Total Anual Año 4	Total Anual Año 5
Remuneraciones Programador	\$7.615,00	\$8.430,11	\$9.278,95	\$10.162,92	\$11.083,46
Programación producto	\$1.200,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total mano de obra directa	\$8.815,00	\$8.430,11	\$9.278,95	\$10.162,92	\$11.083,46

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.5.3. Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos costos que complementan al producto los mismos que son de carácter indirecto a la producción del bien.

5.5.3.1. Mano de obra indirecta

Se ha considerado como mano de obra indirecta al personal de limpieza quién dará el ambiente adecuado a las instalaciones para que los clientes puedan estar conformes al momento de recibir sus capacitaciones, como se ha mencionado anteriormente el pago se realizará por día de trabajo.

Tabla 73
Determinación de la mano de obra indirecta año 1

Detalle	Remun Mensu.	Remun. Anual.	Aport.P. Mensu. 12,15%	Aport.P Anual	Fondo. Reser.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual Año 1
Personal de aseo	\$80,00	\$960,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$960,00
Total mano de obra indirecta	\$80,00	\$960,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$960,00

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 74
Proyección de la mano de obra indirecta

Detalle	Total Anual Año 1	Total Anual Año 2	Total Anual Año 3	Total Anual Año 4	Total Anual Año 5
Personal de aseo	\$960,00	\$999,73	\$1.041,09	\$1.084,18	\$1.129,04
Total mano de obra indirecta	\$960,00	\$999,73	\$1.041,09	\$1.084,18	\$1.129,04

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.5.3.2. *Suministros de aseo y limpieza*

Se ha considerado dentro de los CIF a los suministros de aseo y limpieza debido a la condición que generan, como la microempresa es de carácter de servicios estos suministros se complementan con el personal de limpieza para la buena atención a los clientes que acudan a comprar y capacitarse sobre el producto, de esta manera tiene que ver con el fin de producción de la empresa.

Tabla 75
Proyección suministros de aseo y limpieza

Detalle	Cantidad en unidades de medida	Precio unitario	Valor mensual	Valor año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desinfectante	1 litro	\$1,99	\$1,99	\$23,88	\$24,47	\$25,07	\$25,68	\$26,31
Detergente	1 litro	\$2,50	\$2,50	\$30,00	\$30,74	\$31,49	\$32,27	\$33,06
Cloro	1 galón	\$2,99	\$2,99	\$35,88	\$36,76	\$37,66	\$38,59	\$39,54
Papel Higiénico	12 unidades	\$0,24	\$2,88	\$34,56	\$35,41	\$36,28	\$37,17	\$38,08
Jabón líquido	400 mililitros	\$2,99	\$2,99	\$35,88	\$36,76	\$37,66	\$38,59	\$39,54
Ambiental spray	1 unidad	\$2,75	\$2,75	\$33,00	\$33,81	\$34,64	\$35,49	\$36,36
Basureros	5 unidades	\$1,00	\$5,00	\$5,00	\$5,12	\$5,25	\$5,38	\$5,51

Escoba plástica	3 unidades	\$2,00	\$6,00	\$6,00	\$6,15	\$6,30	\$6,45	\$6,61
Recogedores de basura	3 unidades	\$1,50	\$4,50	\$4,50	\$4,61	\$4,72	\$4,84	\$4,96
Trapeadores	3 unidades	\$2,50	\$7,50	\$7,50	\$7,68	\$7,87	\$8,07	\$8,26
Pañuelos absorbentes	5 unidades	\$1,00	\$5,00	\$60,00	\$61,47	\$62,98	\$64,53	\$66,12
TOTAL			\$44,10	\$276,20	\$282,98	\$289,93	\$297,05	\$304,35

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.5.3.3. Servicios básicos

Debido a que la empresa es de servicios y tiene interacción directa con personas, los servicios básicos se han convertido en CIF ya que los clientes podrán tener una mejor estadía en las instalaciones, contando con todos ellos.

También se ha considerado el internet debido que la empresa es de carácter tecnológico y necesita de una red que funciona a base de conexiones de datos (WIFI), para poder monitorear y realizar un seguimiento al producto que ofertará la empresa.

Tabla 76

Proyección de servicios básicos

DETALLE	Valor Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléc. (EMELNORTE \$ 0,15 por KWh).	\$360,00	\$368,84	\$377,90	\$387,18	\$396,69
Agua potable (EMAPA \$0,78 por metro cubico).	\$252,72	\$258,93	\$265,29	\$271,80	\$278,48
Teléfono (CNT \$ 0,08 por minuto).	\$96,00	\$98,36	\$100,77	\$103,25	\$105,78
Internet (Puntonet fibra óptica).	\$401,88	\$411,75	\$421,86	\$432,22	\$442,84
TOTAL	\$1.110,60	\$1.137,88	\$1.165,82	\$1.194,46	\$1.223,79

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 77
Total costos indirectos de fabricación

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra indirecta	960	999,72516	1041,0942	1084,175	1129,0386
Suministros de aseo y limpieza	\$276,20	\$282,98	\$289,93	\$297,05	\$304,35
Servicios Básicos	\$1.110,60	\$1.137,88	\$1.165,82	\$1.194,46	\$1.223,79
Total CIF	\$2.346,80	\$2.420,58	\$2.496,85	\$2.575,68	\$2.657,18

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.6. Resumen de costos de producción

Tabla 78
Detalle de los costos de producción

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables					
Materia Prima	\$383,20	\$392,61	\$402,25	\$412,13	\$422,26
Mano de obra directa	\$8.615,00	\$8.430,11	\$9.278,95	\$10.162,92	\$11.083,46
CIF	\$2.346,80	\$2.420,58	\$2.496,85	\$2.575,68	\$2.657,18
Total Costos Variables	\$11.345,00	\$11.243,31	\$12.178,06	\$13.150,74	\$14.162,90

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.7. Gastos de ventas

Corresponde a los desembolsos que se generarán con la finalidad de proporcionar seguridad en la distribución de los productos hacia el consumidor final.

5.7.1. Gastos de publicidad

Los gastos de publicidad están determinados de acuerdo a los canales de distribución que fueron elegidos por la población, ciertos medios e implementos serán detallados a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 79
Gastos de publicidad proyectados

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Spot publicitario	\$250,00	\$250,00	256,14	262,4307984	268,8761	275,4797
Publicidad en Facebook	\$25,00	\$200,00	204,912	209,9446387	215,10088	220,38376
Publicidad en Google	\$25,00	\$200,00	204,912	209,9446387	215,10088	220,38376
Periódico	\$10,00	\$80,00	81,9648	83,97785549	86,040352	88,153503
Hojas volante tamaño A5	\$80,00	\$80,00	81,9648	83,97785549	86,040352	88,153503
Rotulo tamaño 2x1m en lona con caja de luz	\$180,00	\$180,00	184,4208	188,9501748	193,59079	198,34538
Gigantografía tamaño 3x10m impreso en lona	\$300,00	\$300,00	307,368	314,9169581	322,65132	330,57563
Total gastos de publicidad	\$870,00	\$1.290,00	\$1.321,68	\$1.354,14	\$1.387,40	\$1.421,48

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.7.2. Establecerse como desarrollador

Se ha estimado el valor que se cancelará a la empresa Google para tener la licencia de desarrollador y poder cargar aplicaciones a la tienda virtual Play Store.

Tabla 80
proyección permisos como desarrollador

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Autorización desarrollador	\$25,00	\$25,00	25,61	26,24	26,89	27,55
Total autorización	\$25,00	\$25,00	\$25,61	\$26,24	\$26,89	\$27,55

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.7.3. Comisión interdin

Para tener un conocimiento claro del valor a pagar por el servicio que otorga la empresa Interdin correspondiente al cobro mediante tarjeta de crédito, los montos a pagar se proyectarán para los 5 años de duración del proyecto que se detallarán en la siguiente tabla.

Tabla 81
Proyección comisión interdin

Años	Demanda insatisfecha	Instalación física	Play Store	Q. Descargas	% Preferencia pago tarjeta	Precio producto	Ingresos por pagos con tarjeta	Comisión Interdin
		10%	12%		53,13%			8%
1	52.370	5.237	6.284	11.521	6.121	\$7,00	\$42.847,75	\$3.427,82
2	53.033	5.303	6.364	11.667	6.199	\$7,17	\$44.456,42	\$3.556,51
3	53.737	5.374	6.448	11.822	6.281	\$7,35	\$46.153,39	\$3.692,27
4	54.415	5.442	6.530	11.972	6.361	\$7,53	\$47.886,90	\$3.830,95
5	55.089	5.509	6.611	12.120	6.439	\$7,71	\$49.669,53	\$3.973,56

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.8. Resumen gastos de ventas

Tabla 82
Detalle gastos de venta

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de venta					
Gastos de publicidad	\$1.290,00	\$1.321,68	\$1.354,14	\$1.387,40	\$1.421,48
Establecerse como desarrollador	\$25,00	\$25,61	\$26,24	\$26,89	\$27,55
Comisión interdin	\$3.427,82	\$3.556,51	\$3.692,27	\$3.830,95	\$3.973,56
Total gastos de ventas	\$4.742,82	\$4.903,81	\$5.072,66	\$5.245,24	\$5.422,59

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.9. Gastos de administración

Son aquellos gastos que permiten el funcionamiento operativo de la empresa, sus funciones están encaminadas al manejo de las actividades y principalmente mantienen en orden la oficina.

5.9.1. Gastos de personal de administración

Se ha considerado propicio la implementación de personal capacitado para la actividad, estimando a un gerente, contador y secretaria.

Dichas remuneraciones se detallarán a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla 83
Determinación remuneraciones personal administrativo

Detalle	Remun Mensu.	Remun. Anual.	Aport.P. Mensu. 12,15%	Aport.P Anual	Fondo. Reser.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual Año 1
Personal administrativo								
Gerente	\$600,00	\$7.200,00	\$72,90	\$874,80	\$600,00	\$600,00	\$386,00	\$9.060,80
Contador	\$500,00	\$6.000,00	\$60,75	\$729,00	\$500,00	\$500,00	\$386,00	\$7.615,00
Secretaria	\$400,00	\$4.800,00	\$48,60	\$583,20	\$400,00	\$400,00	\$386,00	\$6.169,20
Total personal administrativo	\$1.500,00	\$18.000,00	\$182,25	\$2.187,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.158,00	\$22.845,00

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 84
Proyección gastos de personal administrativo

Detalle	Total Anual Año 1	Total Anual Año 2	Total Anual Año 3	Total Anual Año 4	Total Anual Año 5
Personal administrativo					
Gerente	\$9.060,80	\$10.035,74	\$11.051,02	\$12.108,32	\$13.209,36
Contador	\$7.615,00	\$8.430,11	\$9.278,95	\$10.162,92	\$11.083,46
Secretaria	\$6.169,20	\$6.824,48	\$7.506,88	\$8.217,52	\$8.957,57
Total personal administrativo	\$22.845,00	\$25.290,33	\$27.836,86	\$30.488,76	\$33.250,39

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.9.2. Gastos de seguridad y salud

Estos gastos complementarán a los equipos de seguridad, debido a su condición no son considerados como fuentes de depreciación, a continuación se detallarán estos artefactos necesarios para la implementación del equipo de seguridad.

Tabla 85
Gastos de seguridad y salud proyectados

DETALLE	Cantidad	Costos unitarios	Costo total Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detector de humos	4	\$15,68	\$62,72				

Extintores de 5 lbs. P.Q.S	3	\$20,16	\$60,48	\$61,97	\$63,49	\$65,05	\$66,64
Botiquín Grande	1	\$25,76	\$25,76				
Botiquín pequeño	2	\$16,80	\$33,60				
TOTAL		\$78,40	\$182,56	\$61,97	\$63,49	\$65,05	\$66,64

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.9.3. Suministros y materiales de oficina

Estos suministros son aquellos que complementan el trabajo del departamento de administración, su función principal es otorgar comodidad en las operaciones diarias del emprendimiento, en su mayoría están conformados por materiales de papelería.

Para el emprendimiento se ha estimado los siguientes suministros y materiales de oficina:

Tabla 86

Proyección de los suministros y materiales de oficina

Detalles	Cantidad en unidades de medida	Precio unitario	Valor mensual	Valor año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resma	3 unidades	\$3,25	\$9,75	\$58,50	\$59,94	\$61,41	\$62,92	\$64,46
Esferos	6 unidades	\$0,35	\$2,10	\$12,60	\$12,91	\$13,23	\$13,55	\$13,88
Lápices	6 unidades	\$0,25	\$1,50	\$9,00	\$9,22	\$9,45	\$9,68	\$9,92
Borradores	6 unidades	\$0,25	\$1,50	\$9,00	\$9,22	\$9,45	\$9,68	\$9,92
Resaltador	6 unidades	\$1,00	\$6,00	\$12,00	\$12,29	\$12,60	\$12,91	\$13,22
Carpetas	8 unidades	\$0,25	\$2,00	\$2,00	\$2,05	\$2,10	\$2,15	\$2,20
Carpeta Archivadora	4 unidades	\$3,45	\$13,80	\$13,80	\$14,14	\$14,49	\$14,84	\$15,21
Grapadora	4 unidades	\$5,60	\$22,40	\$22,40	\$22,95	\$23,51	\$24,09	\$24,68
Perforadora	4 unidades	\$5,70	\$22,80	\$22,80	\$23,36	\$23,93	\$24,52	\$25,12
Grapas	4 cajas	\$1,25	\$5,00	\$10,00	\$10,25	\$10,50	\$10,76	\$11,02
Cuadernos	4 unidades	\$3,75	\$15,00	\$15,00	\$15,37	\$15,75	\$16,13	\$16,53
Correctores	6 unidades	\$0,85	\$5,10	\$10,20	\$10,45	\$10,71	\$10,97	\$11,24
Quita grapas	4 unidades	\$1,00	\$4,00	\$4,00	\$4,10	\$4,20	\$4,30	\$4,41
Separadores de hojas	1 ciento	\$1,50	\$6,00	\$6,00	\$6,15	\$6,30	\$6,45	\$6,61
Marcadores tiza líquida	3 unidades	\$0,75	\$2,25	\$27,00	\$27,66	\$28,34	\$29,04	\$29,75
Borrador tiza líquida	1 unidad	\$0,85	\$0,85	\$0,85	\$0,87	\$0,89	\$0,91	\$0,94
Tinta para impresora	2 kits	\$27,99	\$55,98	\$167,94	\$172,06	\$176,29	\$180,62	\$185,06
Bandeja portapapeles	4 unidades	\$16,50	\$66,00	\$66,00	\$67,62	\$69,28	\$70,98	\$72,73
Caja clips	3 cajas	\$0,50	\$1,50	\$3,00	\$3,07	\$3,15	\$3,23	\$3,31

Facturero	4 Cientos	\$9,00	\$36,00	\$432,00	\$442,61	\$453,48	\$464,62	\$476,03
Vasos cristal	10 unidades	\$0,90	\$9,00	\$9,00	\$9,22	\$9,45	\$9,68	\$9,92
Plato plano	10 unidades	\$1,70	\$17,00	\$17,00	\$17,42	\$17,85	\$18,28	\$18,73
Juego de tasas y platos	1 juego	\$19,00	\$19,00	\$19,00	\$19,47	\$19,94	\$20,43	\$20,94
Juego de cucharas	1 juego	\$3,50	\$3,50	\$3,50	\$3,59	\$3,67	\$3,76	\$3,86
TOTAL			\$328,03	\$952,59	\$975,99	\$999,96	\$1.024,51	\$1.049,68

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.10 Resumen gastos de administración

Tabla 87

Detalle de los gastos de administración proyectados

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de administración					
Gastos de personal de administración	\$22.845,00	\$25.290,33	\$27.836,86	\$30.488,76	\$33.250,39
Gastos de seguridad y salud	\$182,56	\$61,97	\$63,49	\$65,05	\$66,64
Suministros y materiales de oficina	\$952,59	\$975,99	\$999,96	\$1.024,51	\$1.049,68
Total gastos de administración	\$23.980,15	\$26.328,29	\$28.900,30	\$31.578,32	\$34.366,72

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.11. Activos diferidos

Se ha estimado como activos diferidos a aquellos desembolsos que realiza el emprendimiento para adquirir la patente de invención, además también se ha considerado a todos los gastos que se generarán por la constitución de la empresa.

Tabla 88

Detalle de los activos diferidos proyectados

Detalle	Valor Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patente de invención	\$1.258,95	\$125,00	\$145,00	\$168,20	\$195,10	226,33
Gastos de constitución	\$530,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00
Total activos diferidos	\$1.788,95	\$275,00	\$295,00	\$318,20	\$345,10	\$376,33

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.12. Gastos financieros

El proyecto necesita una cantidad que será financiado por el BanEcuador, cuyo monto es de \$5.000,00 a una tasa de interés del 15%, el crédito se pagará en cuotas trimestrales es decir 4 pagos al año.

Tabla 89
Variables del crédito

VARIABLES	
Monto	5000
Numero de pagos	4
Numero de cuotas	20
Tasa de interés	15
Tasa periódica	0,035558076
CUOTA	\$353,58

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 90
Tabla de amortización

Nº Cuota	Capital	Valor cuota	Interés	Amortización	Saldo	Capital anual	Interés anual	
\$1,00	\$5.000,00	\$353,58	\$177,79	\$175,79	\$4.824,21	\$357,84	\$349,33	
\$2,00	\$4.824,21	\$353,58	\$171,54	\$182,04	\$4.642,16	\$741,58		\$672,76
\$3,00	\$4.642,16	\$353,58	\$165,07	\$188,52	\$4.453,64	\$383,74	\$323,43	
\$4,00	\$4.453,64	\$353,58	\$158,36	\$195,22	\$4.258,42			
\$5,00	\$4.258,42	\$353,58	\$151,42	\$202,16	\$4.056,26	\$411,51	\$295,65	
\$6,00	\$4.056,26	\$353,58	\$144,23	\$209,35	\$3.846,91	\$852,81		\$561,52
\$7,00	\$3.846,91	\$353,58	\$136,79	\$216,80	\$3.630,11	\$441,30	\$265,87	
\$8,00	\$3.630,11	\$353,58	\$129,08	\$224,50	\$3.405,61			
\$9,00	\$3.405,61	\$353,58	\$121,10	\$232,49	\$3.173,12	\$473,24	\$233,93	
\$10,00	\$3.173,12	\$353,58	\$112,83	\$240,75	\$2.932,37	\$980,74		\$433,60
\$11,00	\$2.932,37	\$353,58	\$104,27	\$249,31	\$2.683,05	\$507,50	\$199,67	
\$12,00	\$2.683,05	\$353,58	\$95,40	\$258,18	\$2.424,87			
\$13,00	\$2.424,87	\$353,58	\$86,22	\$267,36	\$2.157,51	\$544,23	\$162,94	
\$14,00	\$2.157,51	\$353,58	\$76,72	\$276,87	\$1.880,64	\$1.127,85		\$286,49
\$15,00	\$1.880,64	\$353,58	\$66,87	\$286,71	\$1.593,93	\$583,62	\$123,55	
\$16,00	\$1.593,93	\$353,58	\$56,68	\$296,91	\$1.297,02			
\$17,00	\$1.297,02	\$353,58	\$46,12	\$307,46	\$989,56	\$625,86	\$81,31	

\$18,00	\$989,56	\$353,58	\$35,19	\$318,40	\$671,16	\$1.297,02		\$117,31
\$19,00	\$671,16	\$353,58	\$23,87	\$329,72	\$341,44	\$671,16	\$36,01	
\$20,00	\$341,44	\$353,58	\$12,14	\$341,44	\$0,00			
TOTAL		\$7.071,68	\$2.071,68	\$5.000,00		\$5.000,00	\$2.071,68	
				\$7.071,68			\$7.071,68	

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.13 Depreciación de los activos fijos

En la depreciación se consideró todos aquellos aspectos que denominen la caracterización de un activo fijo, la vida útil se ha determinado de acuerdo a su composición y tendrán un valor residual del 10%.

Tabla 91

Depreciación activos fijos

Detalle	V. Actual	Vida Útil (Años)	V. Residual	
Terreno	\$22.000,00			
Edificación	\$16.179,00	20	\$1.617,90	10%
Muebles y enseres	\$2.720,00	10	\$272,00	10%
Equipo de computo	\$3.980,85	3	\$398,09	10%
Equipo de oficina	\$83,00	10	\$8,30	10%
Equipo de seguridad	\$462,60	5	\$46,26	10%
Total activos fijos	\$45.425,45			

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.13.1 Edificación y construcción

Es importante conocer el valor de depreciación anual con el que contará la edificación ya que sus instalaciones son nuevas construidas para la finalidad de montar un emprendimiento.

Tabla 92

Depreciación edificación y construcción

Años	V. Actual	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate	Depreciación costo
Año 1	\$16.179,00	\$728,06	\$728,06	\$15.450,95		\$728,06
Año 2	\$16.179,00	\$728,06	\$1.456,11	\$14.722,89		
Año 3	\$16.179,00	\$728,06	\$2.184,17	\$13.994,84		

Año 4	\$16.179,00	\$728,06	\$2.912,22	\$13.266,78	\$12.538,73	
Año 5	\$16.179,00	\$728,06	\$3.640,28	\$12.538,73		
Año 6	\$16.179,00	\$728,06	\$4.368,33	\$11.810,67		
Año 7	\$16.179,00	\$728,06	\$5.096,39	\$11.082,62		
Año 8	\$16.179,00	\$728,06	\$5.824,44	\$10.354,56		
Año 9	\$16.179,00	\$728,06	\$6.552,50	\$9.626,51		
Año 10	\$16.179,00	\$728,06	\$7.280,55	\$8.898,45		
Año 11	\$16.179,00	\$728,06	\$8.008,61	\$8.170,40		
Año 12	\$16.179,00	\$728,06	\$8.736,66	\$7.442,34		
Año 13	\$16.179,00	\$728,06	\$9.464,72	\$6.714,29		
Año 14	\$16.179,00	\$728,06	\$10.192,77	\$5.986,23		
Año 15	\$16.179,00	\$728,06	\$10.920,83	\$5.258,18		
Año 16	\$16.179,00	\$728,06	\$11.648,88	\$4.530,12		
Año 17	\$16.179,00	\$728,06	\$12.376,94	\$3.802,07		
Año 18	\$16.179,00	\$728,06	\$13.104,99	\$3.074,01		
Año 19	\$16.179,00	\$728,06	\$13.833,05	\$2.345,96		
Año 20	\$16.179,00	\$728,06	\$14.561,10	\$1.617,90		

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.13.2. Muebles y enseres

Debido que el emprendimiento se caracteriza por vender un producto intangible y realizar capacitaciones sobre el mismo se ha visto necesario adquirir muebles que se adapten a las instalaciones de la oficina y poder brindar un buen servicio.

Tabla 93

Depreciación muebles y enseres

Años	V. Actual	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate	Depreciación costo
Año 1	\$2.720,00	\$244,80	\$244,80	\$2.475,20	\$1.496,00	\$244,80
Año 2	\$2.720,00	\$244,80	\$489,60	\$2.230,40		
Año 3	\$2.720,00	\$244,80	\$734,40	\$1.985,60		
Año 4	\$2.720,00	\$244,80	\$979,20	\$1.740,80		
Año 5	\$2.720,00	\$244,80	\$1.224,00	\$1.496,00		
Año 6	\$2.720,00	\$244,80	\$1.468,80	\$1.251,20		
Año 7	\$2.720,00	\$244,80	\$1.713,60	\$1.006,40		
Año 8	\$2.720,00	\$244,80	\$1.958,40	\$761,60		
Año 9	\$2.720,00	\$244,80	\$2.203,20	\$516,80		
Año 10	\$2.720,00	\$244,80	\$2.448,00	\$272,00		

Fuente: Estudio financiero.
Elaborado por: Los Autores (2018)

5.13.3 Equipo de computo

El emprendimiento es de carácter tecnológico lo que significa que estos equipos son parte fundamental en la elaboración del producto.

Tabla 94
Depreciación equipo de computación

Años	V. Actual	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate	Depreciación costo
Año 1	\$3.980,85	\$1.194,26	\$1.194,26	\$2.786,60		\$1.194,26
Año 2	\$3.980,85	\$1.194,26	\$2.388,51	\$1.592,34		
Año 3	\$3.980,85	\$1.194,26	\$3.582,77	\$398,09		

Fuente: Estudio financiero.
Elaborado por: Los Autores (2018)

5.13.4 Equipo de oficina

El equipo de oficina necesario para el emprendimiento es un teléfono fijo con capacidad de conexión inalámbrica que permitirá complementar directamente en las negociaciones con quienes deseen utilizar este medio de comunicación es por eso que se realiza su análisis de depreciación.

Tabla 95
Depreciación equipo de oficina

Años	V. Actual	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate	Depreciación gasto
Año 1	\$83,00	\$7,47	\$7,47	\$75,53		\$7,47
Año 2	\$83,00	\$7,47	\$14,94	\$68,06		
Año 3	\$83,00	\$7,47	\$22,41	\$60,59		
Año 4	\$83,00	\$7,47	\$29,88	\$53,12		
Año 5	\$83,00	\$7,47	\$37,35	\$45,65	\$45,65	
Año 6	\$83,00	\$7,47	\$44,82	\$38,18		
Año 7	\$83,00	\$7,47	\$52,29	\$30,71		
Año 8	\$83,00	\$7,47	\$59,76	\$23,24		
Año 9	\$83,00	\$7,47	\$67,23	\$15,77		
Año 10	\$83,00	\$7,47	\$74,70	\$8,30		

Fuente: Estudio financiero.
Elaborado por: Los Autores (2018)

5.13.5. Equipo de seguridad

Es importante conocer el grado de depreciación con la que cuentan los equipos de seguridad ya que cuando su valor sea totalmente devengado se realizará la adquisición de nuevos equipos con la finalidad de salvaguardar los bienes del emprendimiento.

Tabla 96

Depreciación equipos de seguridad

Años	V. Actual	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate	Depreciación gasto
Año 1	\$462,60	\$83,27	\$83,27	\$379,33		\$83,27
Año 2	\$462,60	\$83,27	\$166,54	\$296,06		
Año 3	\$462,60	\$83,27	\$249,80	\$212,80		
Año 4	\$462,60	\$83,27	\$333,07	\$129,53		
Año 5	\$462,60	\$83,27	\$416,34	\$46,26	\$46,26	

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.14. Resumen depreciación activos fijos

Tabla 97

Detalle depreciaciones

Detalle	Valor de rescate	Depreciación costo	Depreciación gasto
Edificación y construcción	\$ 12.538,73	\$ 728,06	
Muebles y enseres	\$ 1.496,00	\$ 244,80	
Equipo de computación		\$ 1.194,26	
Equipo de oficina	\$ 45,65		\$ 7,47
Equipo de seguridad	\$ 45,65		\$ 83,27
		Años 1- 3	Años 1- 3
TOTAL	\$14.126,64	\$2.167,11	\$90,74
		Años 4-5	Años 4-5
		\$972,86	\$90,74

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.15. Proyección de costos y gastos

Entonces los costos y gastos proyectados en base a la tasa promedio de inflación queda definida de la siguiente manera:

Tabla 98
Detalle de costos y gastos proyectados

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables					
Materia Prima	\$383,20	\$392,61	\$402,25	\$412,13	\$422,26
Mano de obra directa	\$8.815,00	\$8.430,11	\$9.278,95	\$10.162,92	\$11.083,46
CIF	\$2.346,80	\$2.420,56	\$2.496,85	\$2.575,68	\$2.657,18
Total Costos Variables	\$11.545,00	\$11.243,31	\$12.178,06	\$13.150,74	\$14.162,90
Costos Fijos					
Depreciaciones costo	\$2.167,11	\$2.167,11	\$2.167,11	\$972,86	\$972,86
Activos diferidos Gastos de instala.	\$275,00	\$295,00	\$318,20	\$345,10	\$376,33
Total costos fijos	\$2.442,11	\$2.462,11	\$2.485,31	\$1.317,96	\$1.349,19
Total costos de producción	\$13.987,11	\$13.705,42	\$14.663,37	\$14.468,69	\$15.512,08
Gastos de venta					
Gastos de publicidad	\$1.290,00	\$1.321,68	\$1.354,14	\$1.387,40	\$1.421,48
Establecerse como desarrollador	\$25,00	\$25,61	\$26,24	\$26,89	\$27,55
Comisión interdin	\$3.427,82	\$3.556,51	\$3.692,27	\$3.830,95	\$3.973,56
Total gastos de ventas	\$4.742,82	\$4.903,81	\$5.072,66	\$5.245,24	\$5.422,59
Gastos de administración					
Gastos de personal de administración	\$22.845,00	\$25.290,33	\$27.836,86	\$30.488,76	\$33.250,39
Gastos de seguridad y salud	\$182,56	\$61,97	\$63,49	\$65,05	\$66,64
Suministros y materiales de oficina	\$952,59	\$975,99	\$999,96	\$1.024,51	\$1.049,68
Depreciación gasto	\$90,74	\$90,74	\$90,74	\$90,74	\$90,74
Total gastos de administración	\$24.070,89	\$26.419,02	\$28.991,04	\$31.669,06	\$34.457,45
Gastos financieros					
Intereses	\$672,76	\$561,52	\$433,60	\$286,49	\$117,31
Total gastos financieros	\$672,76	\$561,52	\$433,60	\$286,49	\$117,31
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$43.273,58	\$45.589,77	\$49.160,66	\$51.669,48	\$55.509,44
TOTAL CYG VARIABLES	\$11.545,00	\$11.243,31	\$12.178,06	\$13.150,74	\$14.162,90
TOTAL CYG FIJOS	\$31.928,58	\$34.346,47	\$36.982,61	\$38.518,74	\$41.346,54
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$43.473,58	\$45.589,77	\$49.160,66	\$51.669,48	\$55.509,44
Datos Capital de Trabajo	\$40.267,97				
Egresos Líquidos/12	\$3.355,66				
Capital de Trabajo	\$6.711,33				

Fuente: Estudio financiero.
Elaborado por: Los Autores (2018)

5.16. Estados financieros

Son aquellos instrumentos financieros que consisten en llevar a cabo el orden de las finanzas y permiten la toma de decisiones, se ha considerado proyectarlos con la finalidad de obtener información cuantitativa, para con el uso de los indicadores transformar su contenido cualitativamente y generar análisis que complementen la factibilidad del emprendimiento.

5.16.1. Estado de Situación Financiera

Permite conocer cómo se encuentra la empresa financieramente, mantiene un registro resumen con toda la actividad económica que se genera, está compuesto por: activos, pasivos y patrimonio.

Para el emprendimiento se realiza el Estado de Situación Financiera al año 0, donde se detalla contablemente el monto de recursos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

Es importante aclarar que debido al capital propio con el que cuentan los propietarios no se generó un incremento considerable de gastos financieros.

Tabla 99
Estado de situación financiera

EMPRESA "CC PROGRAMS" EATADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Al año 0 con proyección a 5 años Expresado en dólares de los Estados Unidos de América		
Activos		
<hr/>		
Activos corrientes		\$6.711,33
Capital de trabajo	\$6.711,33	
Activos fijos		\$45.425,45
Terreno	\$22.000,00	
Edificación	\$16.179,00	
Muebles y enseres	\$2.720,00	
Equipo de computo	\$3.980,85	
Equipo de oficina	\$83,00	
Equipo de seguridad	\$462,60	
Acticos diferidos		\$1.788,95
Patente de invención	\$1.258,95	
Gastos de constitución	\$530,00	
Total Activos		\$53.925,73
<hr/>		
Pasivos		
<hr/>		
Pasivo corriente		
Préstamo Bancario	\$5.000,00	
Total pasivos		\$5.000,00
<hr/>		
Patrimonio		\$48.925,73
Capital	\$48.925,73	
Total Pasivos y Patrimonio		\$53.925,73

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

5.16.2. Estado de resultados integral

Permite determinar aquella utilidad que es disponible para el emprendedor, está compuesto por: ingresos, costos, gastos, entre otros.

Tabla 100
Estado de resultados proyectado

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	\$67.450,60	\$69.982,16	\$72.654,70	\$75.383,18	\$78.188,74
- Costos de producción	\$13.987,11	\$13.705,42	\$14.663,37	\$14.468,69	\$15.512,08
= Utilidad bruta en ventas	\$53.463,49	\$56.276,74	\$57.991,33	\$60.914,49	\$62.676,66
- Gastos de ventas	\$4.742,82	\$4.903,81	\$5.072,66	\$5.245,24	\$5.422,59
- Gastos de administración	\$24.070,89	\$26.419,02	\$28.991,04	\$31.669,06	\$34.457,45
= Utilidad bruta en operaciones	\$24.649,78	\$24.953,91	\$23.927,64	\$24.000,19	\$22.796,62
- Gastos financieros	\$672,76	\$561,52	\$433,60	\$286,49	\$117,31
= Utilidad neta antes de PT	\$23.977,02	\$24.392,39	\$23.494,04	\$23.713,70	\$22.679,30
- 15% Part. Trabajadores	\$3.596,55	\$3.658,86	\$3.524,11	\$3.557,05	\$3.401,90
= Utilidad neta antes de IR	\$20.380,47	\$20.733,53	\$19.969,93	\$20.156,64	\$19.277,41
Fracción Básica	\$17.950,00	\$17.950,00	\$17.950,00	\$17.950,00	\$17.950,00
Fracción Excedente	\$291,66	\$334,02	\$242,39	\$264,80	\$159,29
Impuesto fracción básica	\$514,00	\$514,00	\$514,00	\$514,00	\$514,00
- Impuesto a la renta causado	\$805,66	\$848,02	\$756,39	\$778,80	\$673,29
= Utilidad neta	\$19.574,81	\$19.885,51	\$19.213,54	\$19.377,85	\$18.604,12

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Como se puede observar en el cuadro existe una ganancia considerable del emprendimiento, lo que quiere decir que su factibilidad es acorde.

5.16.3 Estado de flujo de efectivo

En este estado se puede apreciar todas aquellas fuentes que generan efectivo corriente en el emprendimiento su proyección está constituida de la siguiente manera:

Tabla 101
Flujo de efectivo proyectado

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Utilidad neta		\$19.574,81	\$19.885,51	\$19.213,54	\$19.377,85	\$18.604,12	
Valor de salvamento							\$14.126,64
Depreciación		\$2.257,85	\$2.257,85	\$2.257,85	\$1.063,59	\$1.063,59	
Amortización	-\$1.788,95	\$275,00	\$295,00	\$318,20	\$345,10	\$376,33	
Inversión	\$45.425,45						
Crédito Capital de trabajo	\$5.000,00						
	-\$6.711,33						
Amorti. Crédito		-\$741,58	-\$852,81	-\$980,74	-\$1.127,85	-\$1.297,02	
Flujo de Efectivo	\$48.925,73	\$21.366,08	\$21.585,54	\$20.808,85	\$19.658,69	\$18.747,02	\$14.126,64

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Tanto el terreno como las edificaciones son de uno de los emprendedores, dichos activos forman parte de las actividades de producción del emprendimiento y sufren depreciación, contablemente deben ser registrados y formar parte del capital invertido, este monto adicional contribuyo para que el crédito solicitado a una institución financiera no sea considerable, así la inversión inicial queda constituida en \$48.925,73.

5.17. Indicadores financieros

Son aquellas cantidades y porcentajes que reflejan todo lo que generará el proyecto en sus actividades económicas para el periodo establecido, además proporcionan visión real de aquella inversión que será aportado por los emprendedores.

5.17.1. Valor Actual Neto

Es aquel indicador financiero que permite medir el grado de rentabilidad que puede generar el proyecto tras la resta de la inversión inicial y los flujos de caja actualizados por medio de una tasa de descuento.

Tabla 102
Determinación del VAN

Año	Inversión Inicial	Flujos netos	Factor de descuento	Flujos netos actualizados
0	\$ -48.925,73			\$ -48.925,73
1		\$21.366,08	1,1800	\$ 18.106,85
2		\$21.585,54	1,3924	\$ 15.502,40
3		\$20.808,85	1,6430	\$ 12.664,91
4		\$19.658,69	1,9388	\$ 10.139,73
5		\$18.747,02	2,2878	\$ 8.194,49
6	Valor de salvamento	\$14.126,64	2,6995	\$5.232,95
	VAN			\$20.915,61

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Después de haber aplicado el respectivo indicador financiero se puede apreciar que es rentable ya que es superior a 0, se han aplicado los flujos actualizados con la respectiva tasa de descuento dando como resultado un Valor Actual Neto de \$ 20.915,61 para los 5 años.

5.17.2. Tasa Interna de Retorno

Es aquel indicador que se manifiesta mediante una tasa principalmente determina el grado de rentabilidad que pagará al proyecto por su realización, este indicador va de la mano del VAN y para su cálculo se utilizan los flujos netos de caja y la consideración de la inversión inicial.

Tabla 103
Determinación de la TIR

Año	Inversión Inicial	Flujos netos
0	\$ -48.925,73	
1		\$21.366,08
2		\$21.585,54
3		\$20.808,85
4		\$19.658,69
5		\$18.747,02
6	Valor de salvamento	\$14.126,64
TIR		34,60 %
TIR DESCONTADA		16,60%

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Se puede observar que el indicador es positivo para los inversionistas ya que la tasa que se pagará al proyecto es del 34,60% de rentabilidad, siendo mayor a la tasa pasiva lo que quiere decir que es factible, de la misma manera después de haber restado la tasa de descuento la TIR descontada es de un 16,60% mayor a la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador que es del 4.5% para capitales colocados en inversiones a plazo fijo.

5.17.3. Beneficio costo

Es aquel indicador que permite determinar el grado de rentabilidad que generará la asignación de una unidad monetaria de inversión a cambio de ganancia, se estima que ésta debe ser superior a la unidad monetaria invertida.

Tabla 104
Determinación del costo beneficio

Año	Ingresos	Factor de inflación	Flujos de ingresos actualizados	Costos	Costos actualizados
0	-\$48.925,73	1	-\$48.925,73	\$0,00	\$0,00
1	\$67.450,60	0,97602873	\$65.833,72	\$43.473,58	\$42.431,46
2	\$69.982,16	0,95263209	\$66.667,25	\$45.589,77	\$43.430,28
3	\$72.654,70	0,92979629	\$67.554,07	\$49.160,66	\$45.709,40
4	\$75.383,18	0,9075079	\$68.410,83	\$51.669,48	\$46.890,46
5	\$78.188,74	0,88575379	\$69.255,97	\$55.509,44	\$49.167,69
			\$288.796,12		\$227.629,30

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria de ingresos actualizados}}{\text{Sumatoria de costos actualizados}} = \frac{\$288.796,12}{\$227.629,30} = \$1,27$$

Como se puede observar desde el punto de vista de este indicador, el proyecto es rentable ya que genera \$ 0,27 adicional por cada dólar invertido.

5.17.4. Costo de oportunidad

Es aquel indicador que permite determinar si la inversión va a generar mayor rentabilidad invirtiendo en pólizas o en el emprendimiento que se quiera realizar, es importante analizar tanto la tasa activa como pasiva de las instituciones financieras.

Tabla 105
Determinación costo de oportunidad

Origen	Inversión	% Composición	Tasa de operación	Valor ponderado
Aporte propio	\$48.925,73	0,91	4,5%	4,08%
Aporte financiero	\$5.000,00	0,09	15%	1,39%
Total	\$53.892,40	1	19,50%	
Costo de oportunidad				5,47%

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

Como se puede observar el indicador refleja que es más rentable invertir en el emprendimiento que establecer esta inversión a plazo fijo, la tasa que ha generado es del 5,47% siendo mayor a la tasa pasiva comparada con la tasa referencial del BCE que es de 4.5%.

5.17.5. Periodo de recuperación de la inversión

Este indicador permite determinar la fecha exacta en la que se recuperara la inversión que se ha estimado para el emprendimiento, es importante la utilización de los flujos actualizados.

Tabla 106
Determinación del periodo de recuperación

Años	Flujos actualizados	Flujo acumulado	Inversión	Diferencia	PRI
1	\$18.106,85	\$18.106,85	\$53.925,73	7.652	3 Años
2	\$15.502,40	\$33.609,25	Valor Mensual	845	9 Meses
3	\$12.664,91	\$46.274,16	Meses	9	2 Días
4	\$10.139,73	\$56.413,89		7.605	
5	\$8.194,49	\$64.608,39		47	
			Valor diario	28	
			Días	2	

Fuente: Estudio financiero.
 Elaborado por: Los Autores (2018)

Desde el punto de vista del indicador la inversión será recuperada antes del plazo estimado de su duración de rescate lo que quiere decir que en lo que se refiere al tiempo es rentable.

5.17.6. Punto de equilibrio \$

Es aquel indicador que permite determinar la cantidad monetaria que se necesita para poder cubrir las obligaciones, costos y gastos de la empresa.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \text{Costos variables / Ventas}} = \frac{\$31.928,58}{\$0,83} = \mathbf{\$38.522,11}$$

Con comisión Google

Porcentaje de ventas 0,57112 **57,11%**

Sin comisión Google

Porcentaje de ventas 0,39602 **39,60%** \$0,87 **\$36.500,66**

Debido a que el emprendimiento tiene que destinar parte de sus ventas a la empresa Google el riesgo sube; netamente, el valor en ventas que debe alcanzar para cubrir sus costos y gastos asciende a \$38.522,11 lo que corresponde a un 57,11% del total anual de ingresos proyectados.

5.17.7 Punto de equilibrio Q

Permite determinar la cantidad unitaria que hay que vender para poder cubrir las obligaciones del emprendimiento.

Tabla 107
Determinación punto de equilibrio Q

Q. Descargas proyectadas	Precio producto	Resumen de ingresos	Comisión Google	Total año 1	% Compo.	Participación en dólares	Punto de equilibrio en Q
			30%				
\$11.521,00	\$7,00	\$80.647,00	\$13.196,40	\$67.450,60	\$1,00	\$38.522,11	5.503
\$11.521,00	\$8,00	\$92.168,00	\$27.650,40	\$64.517,60	\$1,00	\$34.522,11	5.503

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

El punto de equilibrio en cantidad es de 5.503 descargas que son necesarias para poder sostener el emprendimiento.

5.17.8. Tasa de rendimiento promedio

Es aquel indicador que permite expresar anualmente el promedio de la utilidad neta que se obtiene por cada periodo y la incorporación de la inversión inicial, con la finalidad de encontrar un rendimiento expresado en porcentaje.

Tabla 108
Determinación de la TRP

Detalles	Valor
UNP	\$19.331,16
A (Inversión)	\$53.924,73

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Los Autores (2018)

$$TRP = \frac{\frac{\sum \text{Flujos de efectivo}}{\text{Número de años (n)}}}{\text{Inversión inicial}} = \frac{\$19.331,16}{\$53.925,73}$$

$$TRP = 0,358 \quad 35,85\%$$

Desde el punto de vista financiero el indicador muestra factibilidad ya que supera la tasa pasiva.

5.17.9. Cuadro resumen de los indicadores financieros

De esta manera el cuadro resume de los indicadores queda conformado de la siguiente manera:

Tabla 109
Tablero integral de comandos

Detalles	Valor Obtenido	Valor Esperado	Resultado
Valor Actual Neto	20.915,61	> 0 Es Ejecutable	Factible
Tasa Interna de Retorno	34,60%	Superior a tasa activa referencial BCE	Factible
Tasa Interna de Retorno Descontada	16,60%	Superior a tasa pasiva referencial BCE	Factible
Tasa de Rendimiento Promedio	35,85%	Superior a tasa activa referencial BCE	Factible
Punto de Equilibrio \$	57,11%	Se acerca al 50%	Factible
Punto de Equilibrio Q	5503		Factible
Beneficio Costo	1,27	Superior a 1 \$	Factible
Costo de Oportunidad	5,47%	Superior a Tasa Pasiva referente al BCE	Factible
Periodo Recuperación de la inversión	3 Años 9 Meses 2 Días	Menor al periodo establecido.	Factible

Fuente: Estudio financiero.
Elaborado por: Los Autores (2018)

5.18. Oportunidad de la Inversión

De esta manera se establece un análisis general de los datos que refleja en el tablero integral de comandos, la inversión se encuentra respondida con factibilidad en casi todos los indicadores.

El Valor Actual Neto dio un resultado que es mayor a cero, en el beneficio costo se obtiene una rentabilidad de \$ 0,27 por cada dólar invertido en el proyecto, el costo de oportunidad es factible invertir en el emprendimiento ya que se gana más que invertir en una institución financiera, el porcentaje que pagaría el emprendimiento es de 5,47% mayor a la tasa pasiva que en promedio ofrecen las instituciones financieras que es del 4,5%, por otro lado la TIR descontada también muestra rentabilidad ya que al ser restada por la tasa de descuento manifiesta ser superior a la tasa

pasiva, su inversión será recuperada antes del plazo estimado de su duración de rescate; para el punto de equilibrio las ventas equivalen al 57,11% lo cual significa que es factible ya que se aproxima al 50% de las ventas anuales, hay que considerar que este porcentaje es de lo que corresponde al emprendimiento no del total de las ventas ya que si se estimara el total reflejaría un porcentaje del 39,60%. Con respecto al punto de equilibrio en cantidad es necesario tener 5484 descargas para cumplir con las obligaciones de la empresa, finalmente la tasa de rendimiento promedio está en la línea de la factibilidad con un 35,85% superior a la tasa activa BCE.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Introducción

En este capítulo se establecerá aspectos necesarios para que la entidad tenga una estructura adecuada de acuerdo al tipo de empresa que se constituirá, mediante la implantación de esquemas estructurales, organizacionales, funcionales y administrativos, a través de la creación y puesta en marcha de la determinación de logotipo y slogan, tipo de empresa, misión, visión, objetivos organizacionales, principios, metas, políticas que serán desarrolladas para cada uno de los grupos que son parte de la empresa (entidad, clientes, personal, plaza entre otros), niveles administrativos, el respectivo manual de funciones, además de poseer los requerimientos legales que son muy necesarios para la constitución y buen funcionamiento de la misma.

6.2. Objetivo de la estructura organizacional

Establecer una propuesta organizativa mediante la presentación de un organigrama estructural y funcional, con la finalidad de asignar y determinar responsabilidades de una manera clara y ordenada para la buena marcha de la empresa.

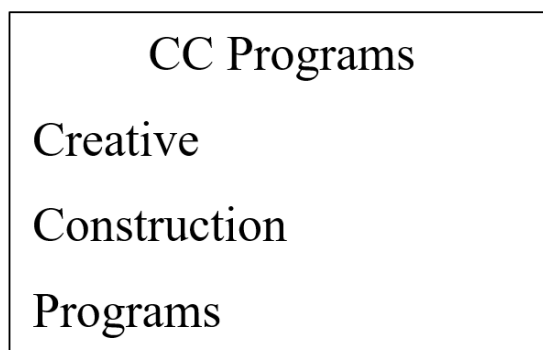
6.2.1. Objetivos específicos

- Instituir la identidad de la microempresa
- Definir la misión, visión, objetivos, valores y políticas por las que se regirá el emprendimiento.
- Implementar de forma gráfica la estructura y funciones del personal.
- Realizar un manual de funciones al que se regirán los integrantes de la empresa.

6.3. Denominación de la empresa

Se ha considerado denominar al emprendimiento como “CC PROGRAMS” debido a que constituyen las iniciales de Creative Construction Programs el nombre completo del emprendimiento, la denominación y explicación se detallará en el siguiente gráfico:

Gráfico 22
Identificación del nombre



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

“CC PROGRAMS” se caracteriza por formar parte del diminutivo del nombre completo de la empresa y será el nombre principal en toda actividad del emprendimiento, hace referencia a un nombre en inglés que se complementa con la razón de ser.

El nombre completo de la empresa es Creative Construction Programs que significa, Construcción Creativa de Programas, se ha visto propicio denominarlo en inglés ya que toda referencia tecnológica aplica este idioma, y su simplicidad para que sea fácil de recordar y tenga un enfoque virtual.

6.3.1. Manual de identidad corporativa

Es aquel instrumento que permite determinar la identidad de la empresa, su forma de reconocimiento por los clientes, la distinción que se plasmará tanto en los documentos como en los uniformes del personal.

6.3.1.1. Logotipo

El logotipo determinado para el emprendimiento estiliza colores que se ajusten al producto a ofrecer, para esto no debe contener tonalidad fuerte ya que busca una transmisión ocular tecnológica para quienes lo conozca por primera vez.

Gráfico 23

Denominación del logotipo



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

Es importante aclarar que el logotipo establecido tendrá ciertas condiciones de uso, el cual se utilizará en fondos blancos o oscuros el logo es el mismo solo que dependerá de su fondo.

Gráfico 24

Denominación del logotipo

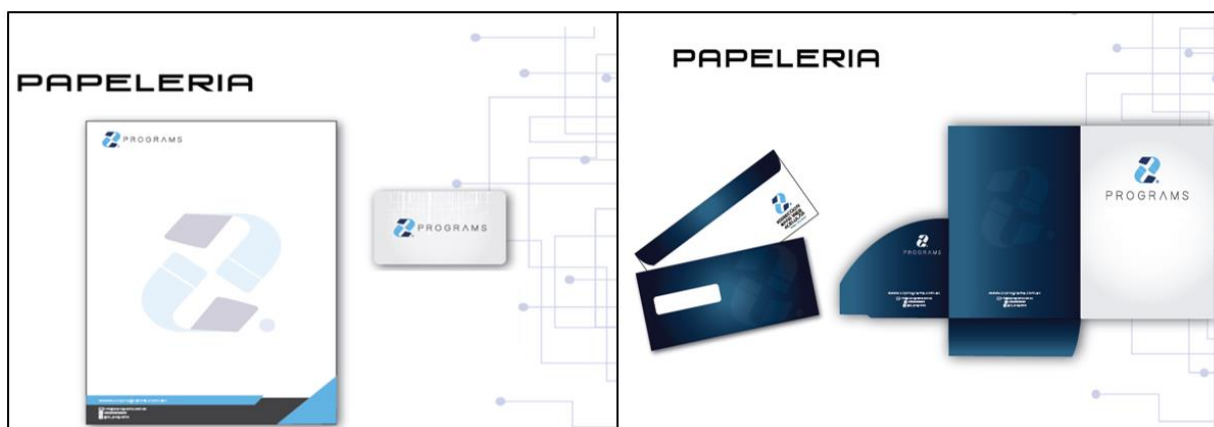


Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.3.1.2. Papelería

La papelería hace referencia a cómo utilizar la imagen en suministros y materiales de oficina, en este punto también se implementa la buena utilización de la imagen en los trámites que se desarrollen dentro del emprendimiento.

Gráfico 25
Suministros y materiales de oficina



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

Gráfico 26
Suministros y materiales de oficina



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.3.1.3. Uniforme

Esto hace referencia a cómo utilizar la imagen en ropa, es importante identificar cual será el uniforme con el que asistirá el personal de la empresa a sus actividades diarias y se mantenga la correcta presentación con la indumentaria del emprendimiento, también como la imagen se vería en otros productos de vestimenta.

Gráfico 27
Indumentaria



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.3.1.4. Redes sociales

Permite identificar como se apreciaría la imagen del emprendimiento desde una red social

Gráfico 28
Óptica desde una red social

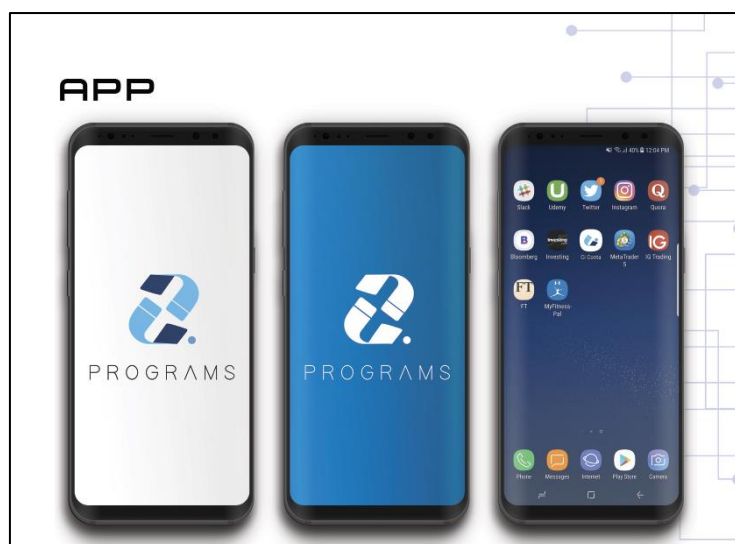


Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.3.1.5. Diseño en la APP

En el siguiente grafico se obtiene un perspectiva de como se verá la la aplicacion al momento de ejecutar el programa.

Gráfico 29
Diseño APP



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.4. Determinación del nombre del producto

Se ha identificado el nombre y la imagen del emprendimiento, ahora es necesario implementar un nombre para el producto para que su búsqueda en la tienda online Play Store sea fácil de ubicar.

Se ha considerado nombrar al producto como “Ci Conta” que hace referencia a una herramienta tributaria, estimada, analizada y calculada en la rama de la contabilidad es por eso su diminutivo “Conta”, el “Ci” se refiere a la capacidad de continuidad ya que cuando hay una reacción positiva las personas tienden a la satisfacción.

6.4.1. Logotipo del producto

Es importante identificar la imagen que irá de la mano del producto, para esto se ha determinado un logo que se encontrara como signo inicial en el botón de la aplicación y por el cual los clientes reconocerán al producto.

Gráfico 30

Logotipo del producto fondo claro y oscuro



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.5. Misión

“CC Programs” es una empresa dedicada a la creación de software para teléfonos celulares con sistema operativo Android, con estándares de calidad altamente calificados para garantizar el buen funcionamiento de los mismo, además de generar confiabilidad y comodidad a sus suscriptores.

6.6. Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional por su buen desempeño y generación de aplicaciones móviles con estándares adecuados y disposiciones necesarias para la ejecución de cualquier tipo de software que el cliente requiera, conservando la confianza y aceptación de sus clientes.

6.7. Objetivos organizacionales

- Brindar a los consumidores un producto de alta calidad.
- Ofrecer un servicio personalizado a quienes deseen acudir a las oficinas de la empresa o vía online.
- Generar la información necesaria para el buen funcionamiento del producto (aplicación móvil).
- Cumplir con la mayor cantidad de las expectativas que el cliente exija.
- Alcanzar una rentabilidad considerable y que la misma perdure en el tiempo.
- Crear nuevas ideas sobre softwares móviles acordes a la necesidad de los clientes.
- Dar a conocer al mercado aquellos productos innovadores generados por la empresa.
- Proporcionar Confianza y credibilidad a los consumidores.
- Mantener las instalaciones limpias y en perfecto estado.

6.8. Valores corporativos

Los valores son aquellas cualidades o características que describen los aspectos éticos y morales que una entidad y todos las que la conforman poseen o adquiere en el transcurso del tiempo. Para el proyecto se ha determinado y establecido ciertos valores con los que el mismo se dará a conocer a sus consumidores.

➤ **Respeto**

En el proyecto este valor es de gran importancia ya que se destaca por mantener un debido trato de parte de la empresa hacia el personal, los clientes, y todos aquellos que forman parte de la entidad, trato que debe ser correspondido, además de generar un producto con todas las pautas que éste ofrece y con todos los instructivos necesarios para su funcionamiento, respetando los horarios de atención.

➤ **Honestidad**

Es necesario considerar este valor en el proyecto ya que por parte de la empresa se brindará en todo momento absoluta sinceridad tanto en el diseño de las aplicaciones móviles como en la información proporcionada para el adecuado uso y funcionamiento de los software.

➤ **Transparencia**

Este valor es tan necesario dentro del proyecto debido a que la empresa actuará de manera oportuna para alcanzar y cumplir con su cultura empresarial, presentando siempre un adecuado esquema de lo que la entidad significa y representa proporcionando una libre información de todo aquello que puede ser difundido hacia los demás.

➤ **Confianza**

Este valor se verá reflejado a través del cumplimiento que el producto genere dentro de los estándares de calidad que la empresa proporciona, logrando de esta manera que los clientes tengan la seguridad de adquirir el producto ofertado, a un precio razonable mediante la forma de pago que éste decida.

➤ **Responsabilidad**

El proyecto toma a este valor como uno de los más importantes ya que la empresa y todos quienes forman parte de la misma se verán inmersos en el cumplimiento de todos sus objetivos, misión, visión, deberes y obligaciones, para alcanzar lo propuesto, obteniendo la confianza y retorno de los consumidores.

➤ **Lealtad**

Es indispensable implementar este valor en el proyecto ya que la entidad debe comprometerse a sobrellevar las adversidades que pueden presentarse en cualquier momento, siendo siempre fiel y respetando las políticas en todas las actividades establecidas por la empresa.

➤ **Compromiso**

Este valor es primordial ya que depende de la responsabilidad y empeño que la empresa tenga para cumplir las metas y objetivos planteados, destacándose en el mercado por su responsabilidad demostrada.

➤ **Disciplina**

Este valor se caracteriza en la actuación y comportamiento de todos quienes forman parte de la empresa, haciéndolo de manera sistemática y ordenada con todo el énfasis y empeño para llegar al logro de las metas y objetivos establecidos por la misma.

6.9. Principios

Los principios son aquellos valores y patrones que constituyen la base para que una empresa surja y continúe en el tiempo trazando el camino correcto para llevar a cabo el éxito de la misma con una constante mejora continua. Para el proyecto se ha determinado algunos principios que ayudarán al buen desempeño de la entidad.

➤ **Excelencia**

Este principio se basa en generar soluciones mediante ideas innovadoras siempre manteniéndose en constante actualización y tecnología de punta para ampliar el campo de conocimiento de los trabajadores y a la vez proporcionar a los clientes productos nuevos y de buena calidad.

➤ **Calidad**

En el proyecto este principio hace referencia a las característica y propiedades que genera el producto terminado, por lo que los productos intangibles realizados en la empresa proveerán estándares de alta calidad dando una satisfacción al momento de uso por parte del cliente.

➤ **Integridad**

Este principio brindará a los consumidores un producto intangible útil y acorde a las características proporcionadas por el mismo, siempre gestionando y dando la información oportuna y verídica para el funcionamiento de dicha aplicación móvil.

➤ **Disposición**

En el proyecto se ha tomado en cuenta la disposición por parte de los trabajadores de la empresa, donde se generará en su mayor parte todas las expectativas que requiere el cliente, además de brindar la información y asesoramiento necesario para que el mercado meta se sienta cómodo y tenga la confianza de utilizar los productos que ofrece la empresa.

➤ **Innovación**

Este principio contribuye a que el producto este siempre actualizado acorde al tiempo y a la necesidad del consumidor, teniendo como resultado mayor acogida y satisfacción por parte de quienes lo utilizan.

➤ **Seriedad**

Para el proyecto este principio es muy necesario al momento del desarrollo de todos los productos intangibles que ofrece la empresa se los realizará de manera eficaz y a tiempo, cumpliendo con lo ofrecido al cliente y entregándoselo a tiempo.

6.10. Políticas corporativas

La políticas corporativas o empresariales son medidas o reglas que la empresa toma en cuenta para que su ejecución dentro de ésta se maneje de manera adecuada y mantenga un buen ambiente laboral, evitando que existan inconvenientes al momento de trabajar en el desarrollo y comercialización de los productos.

En el proyecto se ha visto necesario implementar dichas políticas tanto para la empresa como para el personal, clientes y en este caso tomar en cuenta también la plaza.

6.10.1. Políticas para la empresa

- La oficina de la empresa atenderá de lunes a viernes en 2 horarios: de 8h00 am a 13h00 pm y de 14h00 pm a 17h00 pm, vía online las 24 horas.
- Los trabajadores de la empresa tendrán 1 hora para almorzar, de 13h00 pm a 14h00 pm.
- La atención a los clientes que se acerquen a las oficinas será personalizada y de acuerdo al orden de llegada.
- Se desarrollará las aplicaciones móviles de acuerdo a los estándares de calidad de software con el cumplimiento de las medidas necesarias para su uso.
- El modo de pago se realizará acorde a la preferencia y comodidad del cliente ya que la empresa ofrece el pago mediante tarjeta de débito o crédito y mediante efectivo.
- El precio establecido para el producto intangible (aplicación) será para todo el público.
- El producto actual se encontrará disponible en la tienda virtual Play Store las 24 horas del día por todo el año.
- El salario será pagado de acuerdo al cargo que desempeñe en la empresa contando con todos los beneficios de ley.
- Se contratará una persona ocasional para limpieza ya que solo asistirá una vez por semana.
- Se entregará la debida factura ya sea física o electrónica en el tiempo en que se realice la compra.
- Se establecerá un mes de prueba para el uso de la aplicación sin costo alguno.
- Presentar y subir los productos de acuerdo a las políticas que establezca Google.
- Cancelar el valor correspondiente para subir a la tienda virtual Play Store.

- Generar el pago y realizar la debida transferencia del porcentaje que debe recibir Google por tener la aplicación en su plataforma virtual.

6.10.2. Políticas para el personal

- El personal deberá cumplir el horario establecido tanto de entrada como de salida y sólo podrá tener un retraso de 5 minutos.
- El personal estará a cargo de todo aquello que fue proporcionado al iniciar sus actividades diarias como: computadora, escritorio, silla entre otros y responderán por cualquier daño mientras estén los bienes en su custodia.
- El personal deberá asistir correctamente uniformado.
- Cuidar y preservar el estado de las instalaciones de la oficina.
- Brindar a los clientes una atención personalizada y resolver sus incertidumbres con la mayor rapidez posible.
- Poner en acción los principios y valores establecidos por la empresa caso contrario tendrá su debida sanción correspondiente a un memo por incumplimiento y si las faltas son reiterativas se notificará al Ministerio de Trabajo de acuerdo con el reglamento establecido para el efecto.
- Utilizar los materiales de la empresa solo para uso afines a la actividad.
- El personal de limpieza debe asistir a realizar su trabajo una vez por semana.

6.10.3. Políticas para los clientes

- Los clientes deberán escoger una sola forma de pago.
- Al comprar el software móvil deberá cancelar la totalidad del precio establecido en la facturo o en la tienda virtual.

- Los clientes deberán leer y aceptar las condiciones que la aplicación manifieste para un debido funcionamiento.
- Las incertidumbres o los problemas que se generen podrán ser atendidos mediante la oficina, vía online o telefónicamente de acuerdo con el horario establecido por la empresa.
- Los clientes deberán exigir el debido comprobante de pago.

6.10.4. Políticas para la plaza Google

- Google debe cumplir y generar todos los permisos a favor de la empresa que se generó al subir el producto a la plataforma de Play Store.
- Permitir la carga de las aplicaciones después de verificar el cumplimiento de todas las disposiciones establecidas por la misma.
- Generar el permiso para poder realizar las actualizaciones y mantenimientos que necesita la aplicación para seguir en funcionamiento

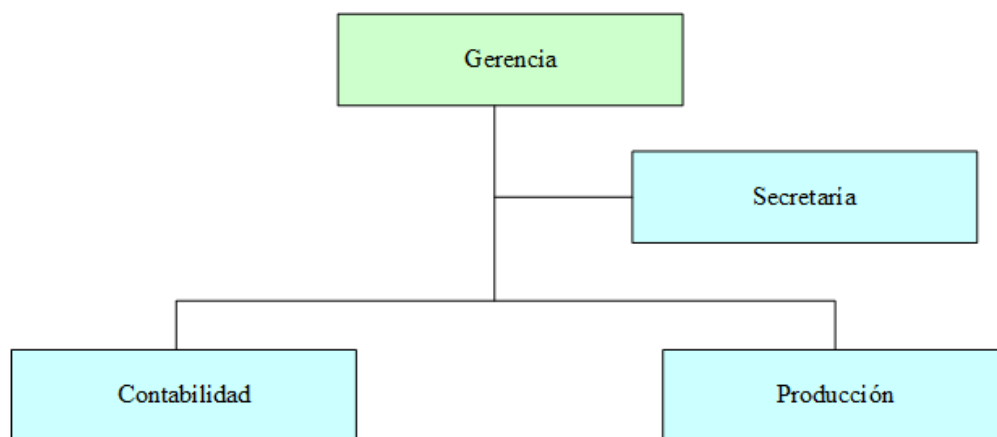
6.11. Estructura administrativa

Es aquella herramienta que permite ordenar el capital humano dentro de la microempresa, en este punto se fija el organigrama estructural, y organigrama de funciones, que se detallarán a continuación:

6.11.1. Organigrama estructural

Es el instrumento que permite jerarquizar de forma gráfica al personal de la empresa, su objetivo es brindar una estructura ordenada y establecer comandos.

Gráfico 31
Organigrama estructural

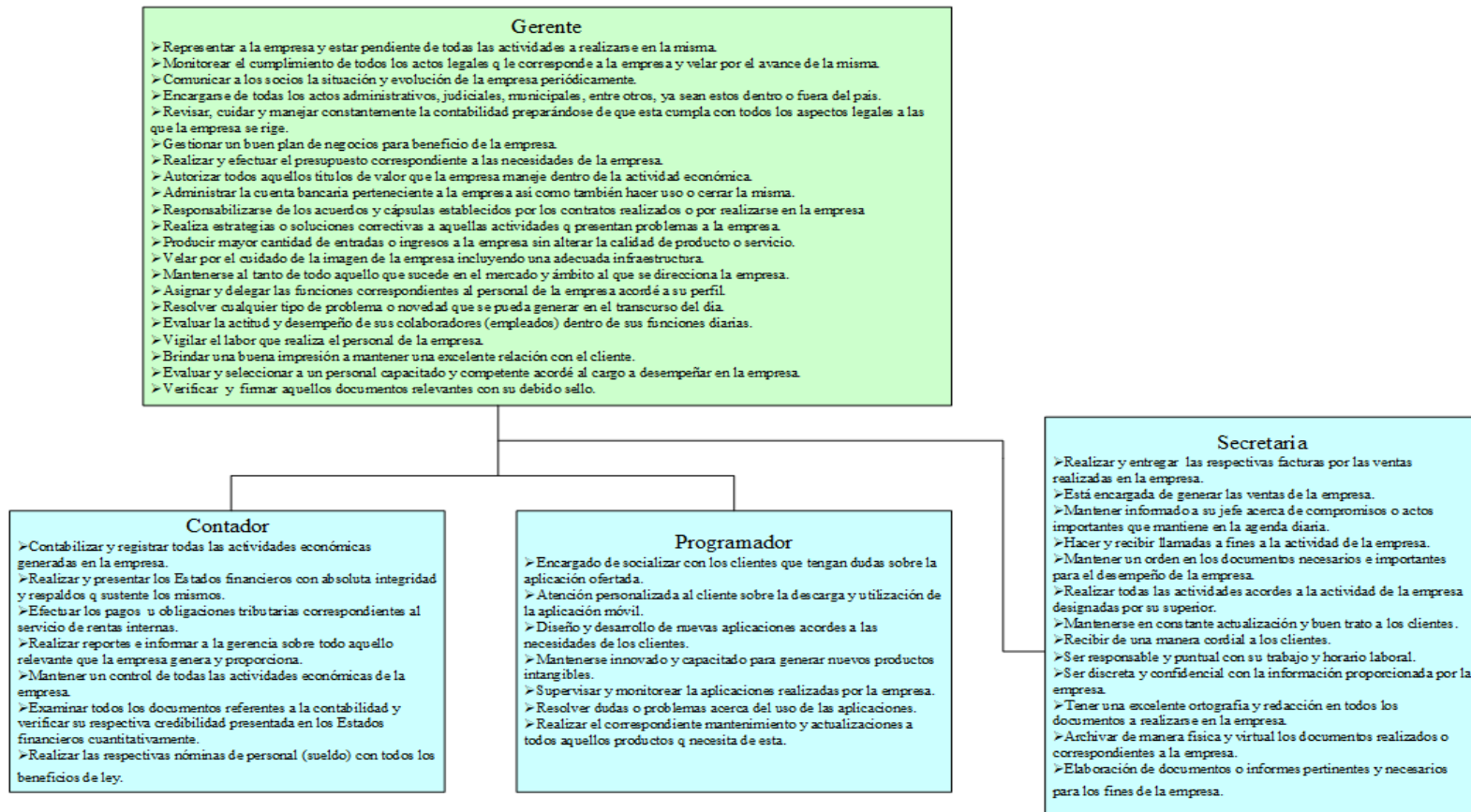


Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.11.2. Organigrama funcional

Permite estructurar de manera gráfica la estructura organizativa de la empresa con su respectivo cargo y las funciones que realizarán dentro de la misma, su objetivo principal es informar la obligaciones con las que cuenta el capital humano del emprendimiento.

Gráfico 32
Organigrama funcional



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.12. Niveles administrativos

Es aquella estructura que permite identificar en que se dividen los mandos de la microempresa, con la finalidad de obtener una estructura lineal donde la responsabilidad del emprendimiento cae sobre la máxima autoridad.

Gráfico 33
Niveles administrativos



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.12.1. Nivel directivo

Este nivel es el encargado de dirigir el emprendimiento, son los responsables de hacer respetar los valores, principios y políticas con la finalidad de obtener una microempresa ordenada y generar una conciencia adecuada, asimismo son los encargados de realizar la toma de decisiones y quienes tienen la responsabilidad directa sobre toda acción, crean estrategias para que las decisiones tomadas no generen impactos negativos y debe ofrecer un trato adecuado con los subordinados con la finalidad de establecer un ambiente laboral confortable en la jornada de trabajo, además se considera que en sus manos se encuentra la inversión del emprendimiento.

6.12.2. Nivel administrativo

Este nivel es el encargado de mantener en orden las operaciones diarias del emprendimiento, está conformado por el asesor contable y la secretaria quienes deben mantener en orden la documentación de la empresa; además, debe generar los informes que servirán de base para la toma de decisiones del nivel directivo y son quienes registran toda la producción que generará el nivel operativo, se describe como el punto medio de una microempresa ya que interviene indirectamente en todas sus actividades.

6.12.3. Nivel operativo


Este nivel es considerado el más importante de la microempresa ya que son quienes intervienen directamente con la producción, son los encargados de generar los ingresos y los que permiten que el emprendimiento tenga liquidez caso contrario no habría fuentes monetarias para cubrir las obligaciones, además son responsables de dar seguimiento en la elaboración de principio a fin y en el caso de la microempresa dar monitoreo constante a pesar de que el producto ya se encuentre con los clientes.

6.13. Funciones y competencias del personal

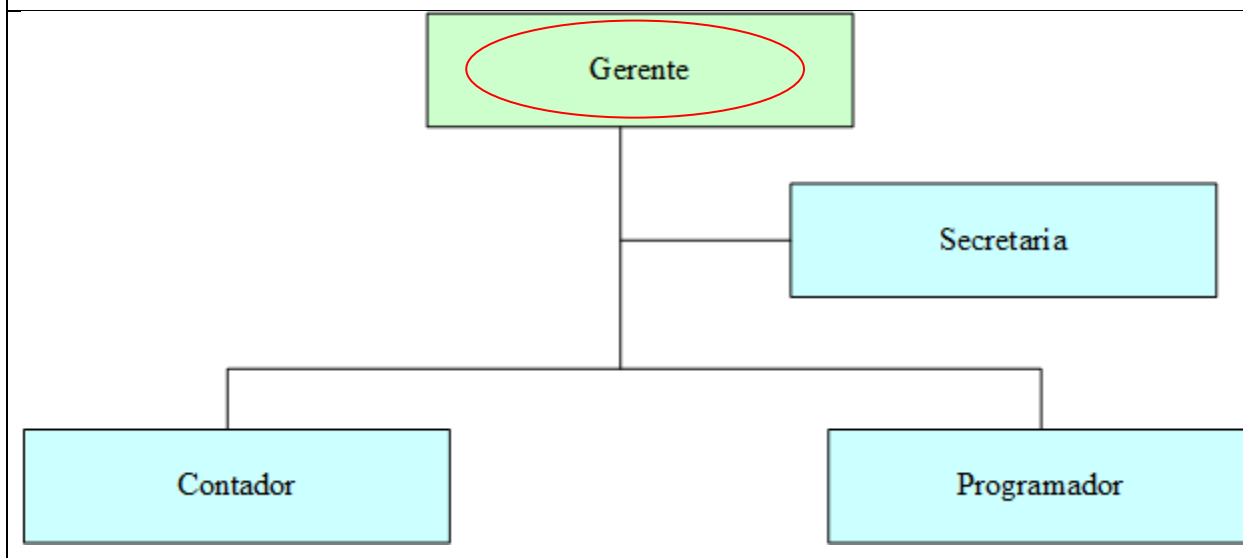
Son aquellas actividades que el personal perteneciente a la empresa debe desempeñar de acuerdo al cargo otorgado, además debe contar con un perfil acorde a las necesidades del puesto de trabajo.

A continuación se detallará los requisitos, funciones y competencias del capital de trabajo con el que contará el emprendimiento:

Tabla 110
Funciones del gerente

	<p>Nivel directivo. Área: Gerencia Cargo: Gerente Supervisa a: Contador, Secretaria, Programador</p>
<p>Misión del área:</p>	
<p>Representar legalmente a la empresa, supervisar y monitorear el cumplimiento de políticas, normas, valores, entre otros; también realizar los trámites legales para el buen funcionamiento de la empresa.</p>	
<p>Perfil:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con derechos de ciudadanía ➤ No registrar antecedentes penales ➤ Poseer título de tercer nivel en la área de administración y finanzas ➤ Contar con un mínimo de 2 cursos acorde a su perfil profesional ➤ No es necesario contar con experiencia laboral ➤ Capacidad de liderar y manejo de personal 	
<p>Funciones:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Representar a la empresa y estar pendiente de todas las actividades a realizarse en la misma. ➤ Monitorear el cumplimiento de todos los actos legales que corresponda a la empresa y velar por el avance de la misma. ➤ Encargarse de todas los actos administrativos, judiciales, municipales, entre otros, ya sean estos dentro o fuera de la nación. ➤ Revisar constantemente la contabilidad percatándose de que esta cumpla con todos los aspectos legales a las que la empresa se rige. ➤ Gestionar un buen plan de negocios para beneficio de la empresa. ➤ Realizar y efectuar el presupuesto correspondiente a las necesidades de la empresa. ➤ Administrar la cuenta bancaria perteneciente a la empresa. ➤ Responsabilizarse de los acuerdos y cápsulas establecidos por los contratos realizados o por realizarse en la empresa ➤ Producir mayor cantidad de entradas o ingresos a la empresa sin alterar la calidad de producto o servicio. ➤ Velar por el cuidado de la imagen de la empresa incluyendo una adecuada infraestructura. ➤ Mantenerse al tanto de todo aquello que sucede en el mercado y ámbito al que se direcciona la empresa. ➤ Asignar y delegar las funciones correspondientes al personal de la empresa acordé a su perfil. 	


- Resolver cualquier tipo de problema o novedad que se pueda generar en el transcurso del día.
- Evaluar la actitud y desempeño de sus colaboradores (empleados) dentro de sus funciones diarias.
- Vigilar el labor que realiza el personal de la empresa.
- Brindar una buena impresión y mantener una excelente relación con el cliente.
- Evaluar y seleccionar a un personal capacitado y competente acorde al cargo a desempeñar en la empresa.
- Verificar y firmar aquellos documentos relevantes con el debido sello de la empresa.

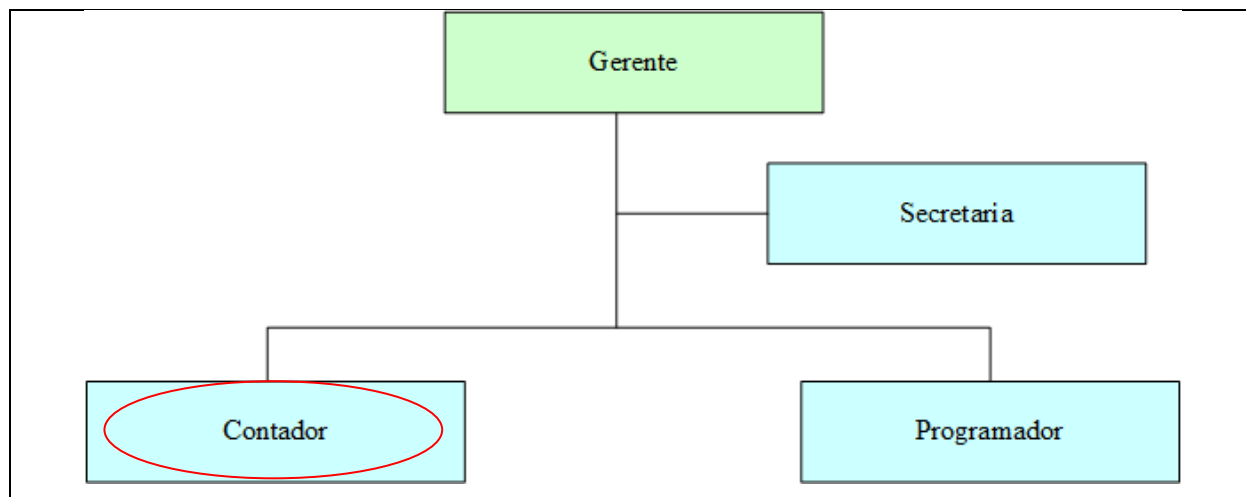
Organigrama:

Fuente: Estructura organizacional.

Elaborado por: Los Autores (2018)


Tabla 111
Funciones del Contador

	<p>Nivel Administrativo. Área: Administración Cargo: Contador</p>
<p>Misión del área:</p>	
<p>Elaborar y mantener en orden las finanzas del emprendimiento, realizar el ciclo contable con información veraz y sin alterar la misma.</p>	
<p>Perfil:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con derechos de ciudadanía ➤ No registrar antecedentes penales ➤ Poseer título de tercer nivel en la área de contabilidad ➤ Contar con un mínimo de 2 cursos acorde a su perfil profesional ➤ No es necesario contar con experiencia laboral 	
<p>Funciones:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contabilizar y registrar todas las actividades económicas generadas en la empresa. ➤ Realizar y presentar los Estados financieros con absoluta integridad y respaldos que sustenten los mismos. ➤ Efectuar los pagos u obligaciones tributarias correspondientes al servicio de rentas internas. ➤ Realizar reportes e informar a la gerencia sobre todo aquello relevante que la empresa genera y proporciona. ➤ Mantener un control de todas las actividades económicas de la empresa. ➤ Examinar todos los documentos referentes a la contabilidad y verificar su respectiva credibilidad presentada en los Estados financieros cuantitativamente. ➤ Realizar las respectivas nóminas de personal (sueldo) con todos los beneficios de ley. 	
<p>Organigrama:</p>	

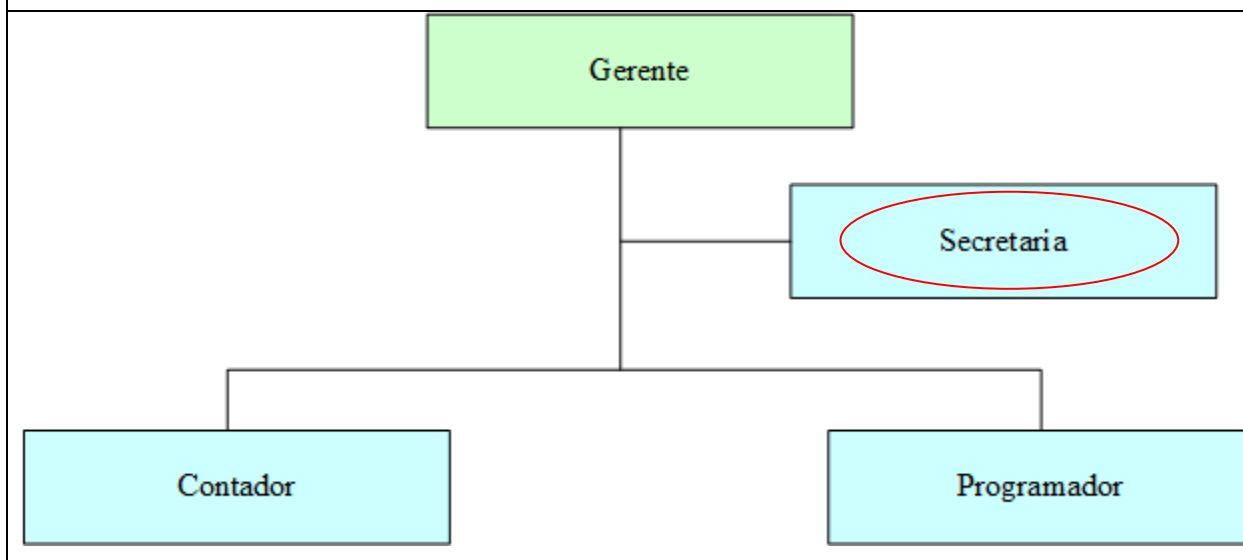


Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 112
Funciones de la secretaria


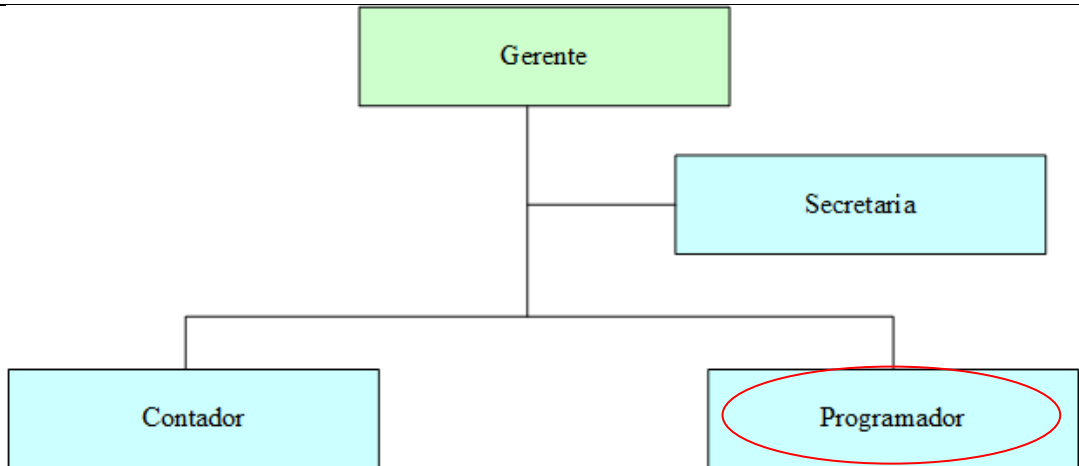
 <p>PROGRAMS</p>	<p>Nivel Administrativo. Área: Administración Cargo: Secretaria</p>
<p>Misión del área:</p>	
<p>Ordenar la documentación y mantener informado a su inmediato superior a cerca de la agenda diaria.</p>	
<p>Perfil:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con derechos de ciudadanía ➤ No registrar antecedentes penales ➤ Poseer título de tercer nivel en la área de secretariado ➤ Contar con un mínimo de 2 cursos acorde a su perfil profesional ➤ No es necesario contar con experiencia laboral 	
<p>Funciones:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar y entregar las respectivas facturas por las ventas realizadas en la empresa. ➤ Está encargada de generar las ventas de la empresa. ➤ Mantener informado a su jefe acerca de compromisos o actos importantes que mantiene en la agenda diaria. ➤ Hacer y recibir llamadas a fines a la actividad de la empresa. ➤ Mantener un orden en los documentos necesarios e importantes para el desempeño de la empresa. 	

- Realizar todas las actividades acordes a la actividad de la empresa designadas por su superior.
- Mantenerse en constante actualización y buen trato a los clientes.
- Recibir de una manera cordial a los clientes.
- Ser responsable y puntual con su trabajo y horario laboral.
- Ser discreta y confidencial con la información proporcionada por la empresa.
- Tener una excelente ortografía y redacción en todos los documentos a realizarse en la empresa.
- Archivar de manera física y virtual los documentos realizados o correspondientes a la empresa.
- Elaboración de documentos o informes pertinentes y necesarios para los fines de la empresa.

Organigrama:

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

Tabla 113
Funciones del programador

	<p>Nivel Operativo. Área: Producción Cargo: Programador</p>
<p>Misión del área:</p>	
<p>Es el encargado de realizar la producción del programa, además debe realizar un seguimiento del producto, antes, durante y después.</p>	
<p>Perfil:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con derechos de ciudadanía ➤ No registrar antecedentes penales ➤ Poseer título de tercer nivel en la área de Ingeniería en sistemas ➤ Contar con un mínimo de 2 cursos acorde a su perfil profesional ➤ Es necesario contar con 1 año de experiencia en programación 	
<p>Funciones:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encargado de socializar con los clientes que tengan dudas sobre la aplicación ofertada. ➤ Atención personalizada al cliente sobre la descarga y utilización de la aplicación móvil. ➤ Diseño y desarrollo de nuevas aplicaciones acordes a las necesidades de los clientes. ➤ Mantenerse innovado y capacitado para generar nuevos productos intangibles. ➤ Supervisar y monitorear la aplicaciones realizadas por la empresa. ➤ Resolver dudas o problemas acerca del uso de las aplicaciones. ➤ Realizar el correspondiente mantenimiento y actualizaciones a todos aquellos productos q necesita de esta. 	
<p>Organigrama:</p>	
 <pre> graph TD Gerente[Gerente] --- Secretaria[Secretaria] Gerente --- Contador[Contador] Gerente --- Programador[Programador] style Gerente fill:#90EE90 style Contador fill:#ADD8E6 style Programador fill:#ADD8E6,stroke:#FF0000,stroke-width:2px </pre>	

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

6.14. Constitución jurídica de la microempresa

Para el adecuado funcionamiento y puesta en marcha del emprendimiento y de la actividad económica de la empresa debe contar con todos los permisos estipulados por aquellas entes reguladoras y de control de acuerdo al tipo de empresa a desarrollarse.

Para el emprendimiento que es considerado una microempresa se deberá poseer los siguientes requisitos:

Obtener Ruc o Rise (SRI)

Obtener Patente Municipal

Permiso de los Bomberos

6.14.1 Servicio de Rentas Internas

Para ejercer una actividad económica como primer requisito es adquirir RUC o RISE en el SRI por lo que es necesario que el representante legal del emprendimiento se acerque a esta entidad y registrar a la empresa como contribuyente natural, o existe la alternativa de obtener RISE siempre y cuando este se adapte al tipo de empresa, obteniendo de ésta manera el documento necesario donde deberá constar el nombre de quien es actor legal de la microempresa, lugar y ubicación de donde va a laborar la empresa, y la especificación de la actividad económica a la que se va a dedicar la misma.

Para la obtención de este documento se necesitará los siguientes obligaciones:

RUC

- Llenar el formulario 01-A por el contribuyente
- Presentar el documento original y copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Presentar planilla de servicio básico del lugar en donde se va a ejecutar la actividad de la empresa

6.14.2 Patente Municipal

Como segundo requisito para el emprendimiento es la obtención de la patente municipal, y es necesario presentar los siguientes requisitos:

- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia del RUC o RISE actual
- Presentar la copia del comprobante de pago del impuesto predial del sitio donde se efectúa la actividad económica
- Presentar la solicitud de inscripción de los Bomberos

6.14.3 Permiso del Cuerpo de Bomberos

Como tercer paso es obtener el permiso de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos y se deberá presentar los siguientes requisitos:

- Llenar la solicitud de la inscripción del local
- Informe favorable de la inscripción
- Copia del RUC actualizado

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

7.1 Introducción

El estudio de los impactos refleja datos cuantitativos y cualitativos ya sean estos favorables o desfavorables, tanto para la empresa como para ciertos ámbitos exteriores a la misma. En este capítulo se detallará las causas o efectos que generará la ejecución del emprendimiento como resultado de las actividades que se realizarán dentro de la actividad económica, estas pueden ser positivas o negativas dependiendo de los aspectos a tomar en consideración dentro del proyecto.

Para el emprendimiento se han considerado 4 aspectos importantes necesarios para el análisis en este capítulo, los cuales son: impacto económico, social, tecnológico, tributario y ambiental.

7.2 Objetivo General

Ejecutar un estudio de impactos mediante el análisis de aspectos sociales, culturales, económicos, tecnológicos, educativos y ambientales con la finalidad aprovechar al máximo los factores positivos y mitigar los aspectos negativos que pueda generarse de la implementación del proyecto.

7.3 Matriz de Valoración de Impactos

Es necesario desarrollar una matriz para analizar los efectos que generará el emprendimiento, donde se detalle la ponderación que será de gran ayuda para el cálculo correspondiente de los porcentajes de los mismos, logrando determinar el grado y nivel de afectación que pueda causar uno de ellos.

Se muestra la siguiente matriz de ponderación de los niveles de impacto con su respectiva calificación en cada nivel.

Tabla 114
Ponderación de impactos

Aspectos de Impactos	Calificación	Nivel
Negativo	-3	Alto Negativo
	-2	Medio Negativo
	-1	Bajo Negativo
Indiferente	0	Indiferencia
Positivo	1	Bajo Positivo
	2	Medio Positivo
	3	Alto Positivo

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

Una vez determinada la calificación para el nivel de impacto se considera que aquellos que se encuentran bajo cero se estimará como un aspecto negativo y para los que superen a 0 se establecerán como positivos, caso contrario serán indiferente, siguiendo el sentido de una recta numérica.

Los posibles impactos que generara el proyecto son: económico, social, tecnológico, tributario y ambiental, que serán cuantificados para ser analizados mediante la siguiente formula:

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{\Sigma\ Nivel\ de\ impactos}{N\acute{u}mero\ total\ de\ indicadores}$$

7.4. Impacto económico

Mediante este impacto se cuantifica aquellos sucesos que puede generar en la economía de una zona y lo que generaría su implementación.

Tabla 115
Análisis impacto económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Rentabilidad						X		2
Fuentes de empleo						X		2
Nivel de ingresos							X	3
Precio accesible							X	3
Facilidad de pago							X	3
Desarrollo empresarial						X		2
Total								15

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

$$\text{Niveles de impacto} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impactos}}{\text{Número total de indicadores}}$$

$$\text{Niveles de impacto} = \frac{15}{6}$$

$$\text{Niveles de impacto} = 2,5$$

$$\text{Niveles de impacto} = 3$$

➤ Análisis

Una vez determinado los cálculos se puede obtener un resultado de impacto económico positivo, debido al fácil acceso de adquisición, precios accesibles y facilidad de pago del producto que generan un nivel de ingresos considerables de manera que es rentable para los emprendedores, el proyecto generará fuentes de empleo para 5 familias y aporta al desarrollo empresarial de la economía del país.

Este emprendimiento generará una rentabilidad considerable para los inversionistas, logrando que éste perdure en el tiempo; en cuanto al nivel de ingresos los trabajadores de la microempresa contarán con todos los pagos establecidos por la ley además de mejorar su economía y calidad de vida; por otro lado la empresa proporcionará dos formas de adquisición las cuales pueden ser mediante la tienda de Play Store o en la oficina, de tal forma que los clientes tengan libertad de

escoger cualquiera de ellas de acuerdo a sus necesidades; además se dará facilidad de pago lo que ocasionará que el consumidor pueda elegir cualquier opción para adquirir el producto.

7.5. Impacto social

Este impacto hace referencia a la capacidad que el proyecto generará en el ámbito social, su principal característica es analizar el efecto que causará la ejecución del emprendimiento en la población e incluso en un estado.

Tabla 116
Análisis impacto social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Satisfacción al cliente							X	3
Atención al cliente							X	3
Seguridad laboral						X		2
Trabajo en equipo							X	3
Socializaciones del capital humano							X	3
Mejorar la calidad de vida						X		2
Total								16

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{\Sigma\ Nivel\ de\ impactos}{Número\ total\ de\ indicadores}$$

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{16}{6}$$

$$Niveles\ de\ impacto = 2,67$$

$$Niveles\ de\ impacto = 3$$

➤ Análisis

Al realizar la determinación cuantitativa del impacto social se pudo obtener un resultado positivo donde se refleja primordialmente el trato hacia los futuros clientes, el proyecto vio necesario la incorporación de acciones que generen una adecuada atención en las instalaciones del emprendimiento con la finalidad de generar satisfacción a los clientes.

Es necesario fomentar el trabajo en equipo ya que de esto depende las operaciones diarias y en sí el mejoramiento de la calidad de vida de quienes trabajan en el emprendimiento y de aquellos que adquieran el producto a ofrecer.

Los empleados deberán contar con la seguridad laboral para evitar accidentes en el lugar de trabajo, logrando un desempeño más eficiente; además, se realizarán capacitaciones constantes a todos los miembros de la empresa con el objetivo de brindar una mejor atención a los clientes y mayor eficiencia al momento de solucionar los inconvenientes que se pueden presentar dentro de la empresa.

7.6. Impacto tecnológico

Permite determinar aquellas alteraciones que se generarán en una actividad normal tecnológica, este impacto se ha tomado en cuenta ya que el emprendimiento es de carácter tecnológico.

Tabla 117
Análisis del impacto tecnológico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Nuevos productos							X	3
Facilidad de uso							X	3
Comodidad							X	3
Globalización							X	3
Actualización constante							X	3
Diseño y proceso dinámico						X		2
Total								17

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{\Sigma\ Nivel\ de\ impactos}{Número\ total\ de\ indicadores}$$

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{17}{6}$$

$$Niveles\ de\ impacto = 2,83$$

$$Niveles\ de\ impacto = 3$$

➤ Análisis

Después de haber determinado la fórmula se pudo obtener un valor positivo en este impacto, la creación de nuevos productos en la rama de la tecnología móvil ha provocado que cada vez más personas cuenten con esta herramienta, expandiendo el mercado a nuevos productos de aplicaciones celulares, la globalización permite que cada vez más personas cuenten con artefactos móviles y tengan un dominio al momento de utilizarlos, además de permitir el acceso a varias opciones desde cualquier parte logrando la comodidad de quien lo utiliza, por lo que esta herramienta tributaria brindará procesos dinámicos, mayor agilidad al momento de buscar lo que se requiere y con información actualizada, consiguiendo un producto apto y sin interrupciones al momento de la ejecución.

7.7. Impacto tributario

Se ha considerado al impacto tributario ya que este emprendimiento está relacionado directamente con los tributos de las personas del país, su principal función es proporcionar información de las contingencias que generará el proyecto en la tributación.

Tabla 118
Análisis impacto tributario

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Conocimiento tributario							X	3
Independencia en su actividad tributaria						X		2
Reducción de multas							X	3
Optimización del tiempo							X	3
Responsabilidad de los tributos						X		2
Conciencia tributaria						X		2
Total								15

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{\Sigma\ Nivel\ de\ impactos}{Número\ total\ de\ indicadores}$$

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{15}{6}$$

$$\text{Niveles de impacto} = 2,5$$

$$\text{Niveles de impacto} = 3$$

➤ Análisis

La fórmula aplicada para este impacto tributario arroja un nivel positivo ya que con el emprendimiento se genera el conocimiento tributario y la dependencia de los mismos, la reducción de las multas por no conocer su día de pago o por no estar al tanto, además cada contribuyente podrá optimizar su tiempo ya que estará informado y realizará los trámites eficientemente.

7.8. Impacto ambiental

Permite determinar el daño o las consecuencias que generará la ejecución del proyecto al realizar las actividades en el entorno al que estará rodeado.

Tabla 119

Análisis del impacto ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Emisión de ondas		X						-2
Reciclaje de residuos			X					-1
Consumo energía eléctrica			X					-1
Contaminación visual		X						-2
Clasificación de desechos				X				0
Total								-6

Fuente: Estructura organizacional.

Elaborado por: Los Autores (2018)

$$\text{Niveles de impacto} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impactos}}{\text{Número total de indicadores}}$$

$$\text{Niveles de impacto} = \frac{-6}{5}$$

$$\text{Niveles de impacto} = -1,2$$

$$\text{Niveles de impacto} = -1$$

➤ Análisis

Mediante la aplicación de la fórmula para analizar el impacto ambiental se obtuvo un nivel bajo negativo, por lo que el desarrollo del producto intangible produce un cierto daño al medio ambiente ya que para su uso implica ondas de radiación, además dentro de la empresa se utilizará varios recursos para el complemento de la actividad económica como la utilización de papel, para lo cual se establecerá políticas de reciclaje.

7.9. Impacto general

En este punto se detalla de manera resumida todos los indicadores analizados con la finalidad de obtener una sola idea, a continuación serán detallados en la siguiente tabla:

Tabla 120
Análisis general de los indicadores

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Económico							X	3
Social							X	3
Tecnológico							X	3
Tributario							X	3
Ambiental			X					-1
Total								11

Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Los Autores (2018)

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{\Sigma\ Nivel\ de\ impactos}{N\acute{u}mero\ total\ de\ indicadores}$$

$$Niveles\ de\ impacto = \frac{11}{5}$$

$$Niveles\ de\ impacto = 2,2$$

➤ Análisis

Al determinar el análisis general de los indicadores la fórmula refleja un nivel de impacto positivo lo que significa que en la mayoría de los aspectos generan condiciones favorables que

consolidan la realización del emprendimiento, de los cinco indicadores analizados: económico, social, tecnológico, tributario y ambiental, uno tuvo un resultado bajo negativo el cual se refiere al ambiente, es importante determinar un modelo de gestión que permita mitigar este impacto y cuidar la naturaleza sin afectar a futuras generaciones; para aquellos aspectos que arrojaron un nivel de impacto positivo se gestionarán estrategias necesarias para continuar y mejorar cada uno de los indicadores analizados, permitiendo que el emprendimiento siga desarrollándose de una manera estable.

CONCLUSIONES

- Después de haber realizado el respectivo diagnóstico situacional del emprendimiento, se estableció inicialmente a la provincia de Imbabura para luego ampliar su cobertura a nivel nacional como mercado meta ya que el producto que se espera lanzar contiene normativa tributaria y se aplica en cada una de sus localidades, debido a que el producto es de carácter tecnológico e implica el uso de un teléfono inteligente se determinó que en la provincia existen 200.808 Smartphones activos los cuales están administrados por 4 operadoras móviles, además se pudo investigar el porcentaje de contribuyentes activos en la provincia correspondiente al 39,29%.
- Dentro del marco teórico se pudo identificar ciertos aspectos que son importantes conocer para la realización del emprendimiento, donde se destacan términos generales, específicos y técnicos, su finalidad es ampliar el conocimiento de los emprendedores.
- En cuanto al estudio de mercado se realizó en la provincia de Imbabura, obteniendo información veraz y posteriormente el producto pueda ser lanzado a todo el país; también se determinó que en la `provincia existen 58.841 habitantes que cuentan con todas las condiciones para poder adquirir el producto.
- Con respecto al estudio técnico se pudo analizar ciertos factores importantes en la implementación del emprendimiento y la elaboración del producto, las instalaciones se encuentran ubicadas en la ciudad de Ibarra capital de la provincia en una zona comercial y con buena afluencia de personas, además se estimó la inversión de 53.892,40 donde se pudo apreciar que el proyecto tiene una cantidad monetaria considerable para su puesta en marcha y que debido al capital con el que cuentan los emprendedores el financiamiento no es de gran magnitud.

- Al realizar el estudio financiero se ejecutó las proyecciones para los periodos estimados de recuperación de la inversión, debido al nivel considerable de ingresos que tendrá el emprendimiento, los estados financieros y los indicadores arrojan condiciones de factibilidad en la parte financiera del proyecto determinando un beneficio costo de 1,27; un costo de oportunidad de 5,47%; y el periodo de recuperación de la inversión que será en 3 año, 9 meses, 2 días, lo que indica que se podrá cubrir los costos y gasto incurridos para la realización de las actividades de la microempresa y además se generará una utilidad para los propietarios.
- El establecimiento organizacional de la misión, visión apunta hacia una microempresa que con el transcurso del tiempo se vuelva rica en conocimiento y estable es sus actividades económicas que se generen día a día, la constitución del emprendimiento genera circunstancias comunes donde no es necesario considerarla como una entidad jurídica.
- Aquellos impactos que generará el emprendimiento en su mayoría son de carácter positivo lo que es un punto a favor en la consecución del emprendimiento, como toda acción genera una reacción el punto débil donde deberá ser estimada la capacidad de quienes estén al frente de la microempresa es el aspecto ambiental ya que es el único que genera un impacto bajo negativo debido a la emisión de ondas de radiación.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere estimar la proporción territorial de la población que intervenga directamente con el emprendimiento tomando en cuenta la oportunidad de mercado que se genere por la inexistencia del producto a ofrecer o por la generación de un producto alternativo que cumpla la misma función a un precios bajos.
- Se recomienda revisar la lista de términos donde se pueda cubrir la mayoría de los aspectos a tratarse en la ejecución del proyecto y así generar un mayor conocimiento de los términos utilizados en la construcción del proyecto.
- Se recomienda en cuanto al estudio de mercado, realizar el lanzamiento del producto a nivel de la provincia con el fin de solucionar posibles inconvenientes que pudieran generarse al inicio de su implementación para luego expandir a nivel nacional.
- En cuanto al estudio técnico la inversión inicial está financiada casi en su totalidad por los inversionistas, por lo que se sugiere mantener la proporción en la composición de las fuentes de financiamiento a fin de tener mayor control sobre los gastos financieros.
- Se sugiere que el emprendimiento sea aplicado y puesto en marcha ya que el análisis realizado mediante los estados financieros proyectados y por medio de ciertos indicadores determina que el proyecto será rentable, es decir que su realización económicamente es viable, el mismo que empezará a generar rentabilidad después de terminar periodo de la inversión que será en 3 años, 9 meses y 2 días, además el capital de trabajo se lo destinará sólo para 2 meses ya que el emprendimiento empezará a recibir ingresos a partir del tercer mes logrando cubrir sus obligaciones.
- Se recomienda aplicar la estructura orgánica diseñada para esta empresa ya que se tomó en cuenta los niveles jerárquicos y el personal necesario para que todas las actividades

del emprendimiento funcionen de manera correcta, además de dar a conocer a los empleados todas las funciones que deben realizar en su desempeño diario, obteniendo un buen rendimiento laboral y de esta manera poder alcanzar los objetivos planteados por la misma.

- Se propone realizar estrategias que ayuden a fomentar los aspectos positivos que en este caso son: económico, social, tecnológico y tributario debido a que estos aportan un impacto beneficioso para la empresa, además es necesario implementar actividades de prevención y mitigación para el aspecto ambiental ya que este ocasiona un cierto daño para el entorno.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, L. J., & Zahonero Martínez, I. (2011). *Programación en java*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S. A. .
- Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión* . México : Editorial Trillas.
- Arboleda Vélez, G. (2013). *Proyectos identificación, fomulación, evaluación y gerencia* . Colombia: Alfaomega Colombiana S. A. .
- Asensio del Arco, E., & Blömer, V. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora* . España: Ediciones Paraninfo.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluacion de proyectos* . México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S. A. .
- Besteiro Varela, M. A., & Mazarracín Borreguero, M. R. (2016). *Contabilidad financiera superior I*. Madrid : Ediciones Piramide .
- Bravo Valdivieso, M. (2013). *Contabilidad general* . Quito: Escobar Impresores .
- Brunet Icard, I., & Otros. (2011). *Creación de Empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Carballar Falcón, J. A. (2013). *Internet libro de navegacion* . Bogotá : Ediciones de la U .
- Collazos Cerrón, J. (2016). *Evaluación empresarial de proyectos* . Lima : Editorial San Marcos E.
- Direccion Nacional Juridica Departamento de Normativa . (2005). *LEY ORGÁNICA DE INCENTIVOS A LA PRODUCCIÓN Y PREVENCIÓN DEL FRAUDE*. Quito: Ministerio de Economía y Finanzas .
- Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa . (2014). *Codigo Tributario*. Diciembre: 29.
- Dueñas Noguerras, J. (2015). *Guía para emprendedores* . España : IC Editorial .

- Fierro Martínez, Á. M. (2015). *Contabilidad general con enfoque NIIF para las pymes*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Flórez Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocios para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U .
- Flórez Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme*. Bogotá : Ecoe Ediciones .
- Fred R, D. (2013). *Administración estratégica*. México : Pearson Educación .
- Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2014). *Marketing*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S. A. .
- Kotler, P., & Kevin, K. (2016). *Dirección de marketing* . México : Pearson Educación .
- Laudon, K. G., & Guercio Traver, C. (2014). *E-commerce negocios, tecnología, sociedad*. México : Pearson Educación .
- Lira Briceño, P. (2014). *Evaluación de proyectos de inversión* . Bogotá: Ediciones de la U .
- Louffat, E. (2012). *Administracion: fundamentos del procesos administrativo* . Buenos Aires : Cengage Learning .
- Lovelock, C., & Wrtz, J. (2015). *Marketing de servicios personal, tecnologia y estrategia* . México: Pearson Educación .
- Moreno Pérez, J. C. (2013). *Programacion* . Bogotá : Ediciones de la U .
- Moreno Pérez, J. C. (2014). *Pogramación* . España: RA-MA Editorial.
- Moreno Vega, J. M., & Moreno Vega, A. (2017). *Organización y gestión de la empresa agraria* . España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Morueco, R. (2014). *Manual práctico de administración* . Bogotá : Ediciones de la U.
- Murcia Cabra, H. H. (2015). *Creatividad e inovación para el desarrollo empresarial* . Bogotá : Ediciones de la U .

- Palacios Acero, L. C. (2012). *Estrategia de creacion empresarial*. Bogota : Ecoe Ediciones, 2012
- Pallerola Comamala, J. (2013). *Contabilidad básica*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Pérez Días, L. P. (2014). *Curriculo y emprendimiento*. Bogotá: CMYK Diseño e Impresos S. A. S.
- Prieto Sierra, C. (2014). *Emprendimiento* . Mexico : Pearson Educación de Mexico, S. A. .
- QODE. (2 de Octubre de 2013). *Oqodeblog*. Obtenido de Oqodeblog: <http://qode.pro/blog/que-es-google-play/>
- Ramírez Padilla, D. N. (2013). *Contabilidad administrativa un enfoque estratégico para competir* . México: McGRAW-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S. A.
- Rincón Soto, C. A., Grajales Londoño, G., & Zamorano Ho, R. (2012). *Estandares internacionales en contabilidad- EIC*. Bogotá : Ediciones de la U.
- Rojas López, M. D. (2015). *Evaluacion de proyectos para ingenieros*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rojas Risco, D. (2014). *Manual de contabilidad y costos* . Barcelona: Lexus Editores.
- Romero Romero, E. (2013). *Presupuesto público y contabilidad gubernamental* . Bogotá : Ecoe Ediciones .
- Sánchez Estella, Ó., & Tarodo Pisonero, C. (2015). *Gestion contable*. España : Ediciones Paraninfo S. A.
- Uribe Macías, M. E., & Reinoso Lastra, J. F. (2013). *Emprendimiento y empresarismo* . Bogotá : Ediciones de la U.
- Van Den Berghe R, E. (2016). *Diseño y administre su propia empresa* . Bogotá : Ecoe Ediciones

Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2016). *Contabilidad Financiera* . Mexico: Cengage Learning.

Wei-Meng, L. (2012). *Android 4 desarrollo de aplicaciones* . Madrid : Ediciones Anaya Multimedia .

LINCOGRAFÍA

- Alegsa, L. (26 de Julio de 2016). *Alegsa.com.ar*. Obtenido de Alegsa.com.ar:
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/gigabyte.php>
- Alegsa, L. (3 de Julio de 2016). *ALEGSA.com.ar*. Obtenido de ALEGSA.com.ar:
http://www.alegsa.com.ar/Dic/google_play_store.php
- Alva, E. (28 de Junio de 2012). *Saberes Compartidos* . Obtenido de Saberes Compartidos
<http://www.saberescompartidos.pe/ciencias-empresariales/beneficios-tributarios-son-efectivos-para-lograr-la-formalizacion-de-las-mype.html>
- Azel, J. (7 de Septiembre de 2017). *14Ymedio.com* . Obtenido de 14Ymedio.com :
http://www.14ymedio.com/blogs/cajon_de_sastre/derechos_7_2285241454.html
- Castillo, O. (18 de Julio de 2016). *Soluciones TELCEL*. Obtenido de Soluciones TELCEL:
<http://www.telcelsoluciones.com/articulos/qu%C3%A9-es-y-c%C3%B3mo-funciona-el-internet-de-banda-ancha>
- CD, H. (26 de Septiembre de 2016). *Rankia México*. Obtenido de Rankia México:
<https://www.rankia.mx/blog/como-comenzar-invertir-bolsa/3338298-que-inversion>
- CILSA, O. p. (1 de Enero de 2017). *Desarrollar inclusión* . Obtenido de Desarrollar inclusión :
<https://desarrollarinclusion.cilsa.org/tecnologia-inclusiva/que-es-un-programa/>
- Conceptodefinicion.de. (20 de Octubre de 2016). *Conceptodefinicion.de*. Obtenido de
 Conceptodefinicion.de: <http://conceptodefinicion.de/programacion-informatica/>
- Crespo Liñán, E. (20 de Septiembre de 2016). *BBVA*. Obtenido de BBVA:
<https://www.bbva.com/es/los-distintos-tipos-de-tributos-impuestos-contribuciones-y-tasas/>

- Delgado Loor, F. (26 de Septiembre de 2014). *SMS Ecuador Auditores y Asesores Gerenciales*.
 . Obtenido de SMS Ecuador Auditores y Asesores Gerenciales :
<http://www.smsecuador.ec/manual-de-funciones/>
- EcuRed. (27 de Abril de 2018). *EcuRed conocimiento con todos y para todos* . Obtenido de
 EcuRed conocimiento con todos y para todos :
http://www.ecured.cu/Tel%C3%A9fono_celular
- Enciclopedia Jurídica. (1 de Enero de 2014). *Enciclopedia Jurídica*. Obtenido de Enciclopedia
 Jurídica: <http://www.enciclopedia-juridica.biz14.com/d/multa/multa.htm>
- Gerencie.com. (25 de Abril de 2018). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com:
<https://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>
- Gutierrez, A. (29 de Julio de 2017). *About Español*. Obtenido de About Español:
<https://www.aboutespanol.com/que-es-una-app-y-como-descargarlas-3507717>
- Muñoz, F. (23 de Diciembre de 2016). *Xanfix*. Obtenido de Xanfix:
<https://blog.anfix.com/diccionario/contribuyente/>
- Ramirez, A. R. (1 de Julio de 2013). *Wordpress*. Obtenido de Wordpress:
<https://arielrodrigoreyes.wordpress.com/que-es-un-dispositivo-movil/>
- Rastreador.com. (1 de Abril de 2014). *Rastreador.com*. Obtenido de Rastreador.com:
<http://www.rastreador.com/telefonía/articulos-destacados/el-sistema-operativo-android.aspx>
- Sevilla Cáceres, F. (21 de Junio de 2017). *MundoJuridico.info tus abogados on-line*. Obtenido de
 MundoJuridico.info tus abogados on-line: <https://www.mundojuridico.info/la-pena-de-multa/>
- Significados. (14 de Julio de 2014). *Significados*. Obtenido de Significados:
<https://www.significados.com/presupuesto/>

Robinson, M. (28 de Marzo de 2017). *WhistleOut*. Obtenido de WhistleOut:
<https://www.whistleout.com.mx/CellPhones/Guides/que-es-un-gigabyte>

ANEXOS

ANEXO 1 Entrevista dirigida al Director General Subrogante de Tecnologías de la Información del Gobierno Provincial de Imbabura



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



ENTREVISTA

Objetivo: La actual entrevista tiene como finalidad obtener información para la creación de una guía tributaria mediante una aplicación Android para el Ecuador.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR GENERAL DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN SUBROGANTE DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Glosario de preguntas

1. ¿Como valora la oferta de guías tributarias mediante una aplicación móvil en el medio actual?

“En el medio actual, en el país las aplicaciones móviles bueno en el mundo y Latinoamérica las aplicaciones tienen gran importancia porque ahora se habla del internet de las cosas y de la ubicuidad, es decir, la capacidad que tenemos ahora a través de estos dispositivos de hacer cualquier trámite desde cualquier lugar del mundo desde esa perspectiva parece que la oferta en el ámbito tributario es una buena opción sobre todo si se considera las ofertas que tiene ya el Servicio de Rentas Internas y a esa oferta agregarle un plus ponerle un valor agregado si se logra determinar cual es el valor agregado adecuado para la aplicación sería una buena idea porque el mundo se dirige hacia allá, la ubicuidad y la movilidad está basada justamente en el uso de estos aparatos o

dispositivos que permiten utilizar internet y hacer tus tramites como por ejemplo ahora pides un taxi por el celular o se puede hasta pedir comida por medio de una aplicación entonces esas ayudas que te brinda la tecnología trasladarlo al sector tributario que es importantísimo para las rentas del país sería una buena idea”.

2. ¿Está el mercado saturado de este tipo de aplicaciones?

“Bueno a parte de las aplicaciones generadas por el Servicio de Rentas Internas existen aplicaciones en el ámbito web, es decir, desde un computador, reuter que tambien son factibles de abrirlas desde un smartphone pero obviamente no tienen las mismas características por su destino final del dispositivo, la saturación del mercado todavía no esta en ese punto hay muchas aplicaciones en el ámbito general como las de taxis, o de entidades comerciales iniciativas de la empresa privada tambien hay en la empresa pública en este caso la del Servicio de Rentas Internas y si se puede aportar a este tema con nuevas ideas frescas ideas con iniciativa de jóvenes que quieren emprender en este tipo de proyectos pues parece que hay un buen mercado, la competencia esta pero siempre el valor agregado que se ponga a este tipo de proyectos puede generar buenos resultados”.

3. ¿Cuál sería el mayor competidor de la app que se quiere crear?

“En primer lugar el ente regular que sería el Servicio de Rentas Internas el que pone la norma pero en el ámbito de la tecnología manda la creatividad la inventiva entonces desde ese punto las personas que desarrollan este tipo de aplicaciones o este tipo de softwares pueden agregarle características especiales por ejemplo hay aplicaciones para no videntes que les pueden guiar por vos por el tema de la programación que funciona muy bien hoy en día y lo mejor que puedes llevar mediante un dispositivo información de tus obligaciones tributarias y tambien tus beneficios tributarios porque tambien existen entonces sería una excelente idea”.

4. ¿Qué tipo de aplicaciones son las que más se producen hoy en día?

“Bueno el ámbito de la empresa privada es el que está tomando bastante iniciativa en este aspecto aquí mismo en la ciudad se ha visto cómo va mejorando lo que se mencionó anteriormente de los taxis la información turística, la información de guía para la salud hay una variedad de aplicaciones en realidad las aplicaciones móviles tienen un espectro amplio de uso entonces el tema es simplemente de cómo se presente la aplicación como se conciba la idea y hacía que publico se encuentra dirigido entonces las aplicaciones móviles se encuentran ahora donde menos se imagina hay que comentar también que existen hoy en día la realidad virtual con las aplicaciones, esto se explota en el tema ambiental también en el ámbito territorial, irte lejos a una zona donde difícilmente tengas cobertura pero si cuentas con un equipo de comunicación entonces a través de la red móvil y una aplicación puedes hacer el levantamiento de información y en si las aplicaciones comerciales se encuentran en el auge ya que ahora con el nuevo uso del dinero electrónico se busca nuevos métodos”.

ANEXO 2 Encuesta dirigida a la población de Imbabura



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN TRIBUTARIA

Objetivo: La actual encuesta tiene como finalidad obtener información para la creación de una guía tributaria mediante una aplicación Android para el Ecuador.

Indicaciones:

- Lea detenidamente antes de responder las preguntas
- Señale la respuesta con una X o \surd según corresponda

1. Edad

18 – 25 26 – 35
36 – 45 46 en adelante

2. ¿Dispone de un celular inteligente?

Si No

3. ¿Con que tipo de sistema operativo cuenta su dispositivo móvil?

Android
IOS
Windows Phone

4. ¿Le gustaría contar con una guía tributaria mediante una aplicación (app) móvil?

Si No

5. ¿Con que frecuencia usted compra o descarga aplicaciones de la tienda digital Play Store?

De 1 a 2 veces al mes
De 2 a 3 veces al mes
Mas de 3 veces

6. ¿Conoce usted de aplicaciones móviles que sean similares o alternativas a la guía tributaria virtual?

Si No

7. Si su respuesta es positiva. ¿Qué tipo de aplicaciones conoce?

Apps de información
Apps de cálculo

8. ¿Dispone en su celular de alguna de ellas?

Si No

9. Si la pregunta es positiva ¿Cómo la adquirió?

Descarga Play Store

Descarga APK

Compra de licencia

10. ¿La creación de una guía tributaria mediante una aplicación móvil le ayudaría al cumplimiento de sus obligaciones a tiempo?

Si No

11. ¿Qué precio usted estaría dispuesto a pagar por la instalación y cada actualización de una guía tributaria virtual?

\$5 a \$8 \$9 a \$12

\$12 a \$15 \$15 en adelante

12. ¿Qué forma de pago aplicaría para obtener el producto?

Tarjeta de crédito o debito

Transferencia bancaria

PayPal

Efectivo

13. ¿Le gustaría que la guía contenga una calculadora donde pueda conocer multas, intereses y un precálculo del IR, IVA, ICE.?

Si No

14. ¿Quisiera usted que la aplicación tenga una licencia de prueba gratuita durante un mes?

Si No

15. ¿Mediante qué medios de información le gustaría conocer el producto?

Facebook

Twitter

Instagram

Google

Radio

Periódico

16. ¿En caso de ser su interés le gustaría acercarse a la oficina para la descarga, instalación y guía para el uso de la App?

Si No

ANEXOS 3 Proforma sobre la muebleria y enseres

VENTA DE MUEBLES "LINEA CLASICA J&S"


FACTURA - PROFORMA

SABADO, 16/06/2018

DIRIGIDO : MARIA NARANJO

Otavalo, Cristobal Colon y Atahualpa

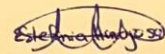
cantidad	descripcion	precio
3	escritorio normal	300
3	escritorio librero	360
3	sillas giratorias	270
1	mini sala	300
1	archivador de 4 cajones	120
1	armario personal	110
1	sala grande	450
2	mesas economicas pequeñas	60
8	sillas	200
1	moderador de agua	90
1	pizarra	90


Muebles Nicole
 RUC: 1002931101001
 Atahualpa y Colón Telf: 2924019
 OTAVALO - ECUADOR


 administrador
 Jhon Jativa

CODIGO		CANT.	DETALLE	PRECIO UNIT.	TOTAL
		1	Cafetera Hamilton Beach 45 tazas	60.00	60.00
77094472062		10	Vasos cristal	0.90	9.00
693510627010		10	Plato Plano	1.70	17.00
770248401422		20	Juego taza y Plato	1.90	38.00
CU36		1	Juego cuchera	3.50	3.50
50252328-0001		1	Teledono Panasonic	83.00	83.00

Registro Unico de Contribuyentes
 1701066035001
BAZAR NOVEDADES
 León Mendoza Galo Anibal
 OTAVALO - ECUADOR

CONDICIONES DE PAGO		CONDICIONES DE PAGO	
Valor Total	_____	Debo y Pagaré, en las condiciones de pago aquí acordadas y sin protesto a BAZAR NOVEDADES. En caso de mora más los intereses legales.	Venta
Entrada	_____	 ES CONFORME	Descuento
Saldo	_____		Precio Neto
Nº de Cuotas	_____		I.V.A. 0%
Valor Cuota	_____		I.V.A. 12%
Fecha Vcmto.	_____	Financiamiento	TOTAL \$ 210,50

ANEXOS 4 Proforma sobre el equipo de computo y consulta por medio de la tienda web mercado libre



Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladinos
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466
 RUC 0701084121001



PROFORMA

NOMBRE: CC PROGRAMS - Flor Hinojosa

CI / RUC: 1004678262


TELEFONO: 0981938530

DIRECCIÓN: OTAVALO

FECHA: 18/06/2018

ASESOR: *Mónica Vallejos*

CELULAR: *0992 015 426*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	<p>Multifuncion Epson L656 Sistema Continuo WIFI Impresora + Copiadora + Escaner + Fax Sistema original tinta continua EcoTank único de EPSON Impresión automática a doble cara Alimentador automático de documentos de 30 páginas Conectividad USB , Wifi , WifiDirect , Ethernet Rendimiento de tinta: hasta 4.000 pág. en negro y 6.500 pág. a color Pantalla LCD intuitiva de 2.2" de fácil configuración y navegación Velocidad de impresión: hasta 33 ppm negro y hasta 20 ppm color</p>  <p>GARANTIA 1 AÑO</p>	589,24	589,24
		SUBTOTAL	589,24
		IVA 12%	70,71
		TOTAL	659,95

Solicite su descuento para compra de contado

Validez de la proforma 8 días

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE...

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743



Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466
 RUC 0701084121001



WORLD COMPUTERS
 Comercio y Computación

PROFORMA

NOMBRE: CC PROGRAMS - Flor Hinojosa

CI / RUC: 1004678262

TELEFONO: 0981938530

DIRECCIÓN: OTAVALO

FECHA: 18/06/2018

ASESOR: **Mónica Vallejos**

CELULAR: **0992 015 426**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Computador de escritorio Quasad i5 Procesador Intel Core i5 7ma Generación Board Gigabyte B250 Memoria RAM 8GB Disco duro 1TB DVD Writer + Lector de tarjetas de memoria Monitor LG 20" LED HD Windows 10 Original Teclado multimedia + mouse + parlantes OBSEQUIOS: 1 Regulador de voltaje 1200VA 1 Pad mouse Gel ergonómico	1011,52	1011,52
GARANTIA 2 AÑOS			
		PRECIO NORMAL ->	
		SUBTOTAL	1.011,52
		IVA 12%	121,38
		TOTAL	1.132,90

Solicite su descuento para compra de contado

Validez de la proforma 8 días

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE...

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444


TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

mercado libre Buscar productos, marcas y más... Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda

También puede interesarte: case pc - plotter - fuente de poder pc - pc gamer barata - hp spectre

Volver al listado Computación > Computadoras y Servidores > Intel Core i3 Compartir Vender uno igual



Nuevo - 1 vendido

Laptop. Acer Aspire E 14. Blanca, Nueva

U\$S 489

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Cuenca, Azuay
[Más información](#)


¡Único disponible!

mercado libre Buscar productos, marcas y más... Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda

También puede interesarte: core i7 - case - regulador voltaje - i5 - monitor gamer

Volver al listado Computación > Apple > Equipos Compartir Vender uno igual



Nuevo - 56 vendidos

Macbook Pro 13,3 2017 Retina 128gb Ci5 8gb Ram 2,3ghz

U\$S 1.699

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)


Cantidad:

mercado libre Buscar productos, marcas y más... Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Tu historial Tus compras Vender Crea tu cuenta Ingresar Ayuda

También puede interesarte: computadoras portátiles - computadoras - case - regulador voltaje - qt 1030

Volver al listado Computación > Impresoras y Accesorios > Impresoras > Chorro Tinta > Epson Compartir Vender uno igual



Nuevo - 368 vendidos

Tinta Original Epson L210,I380,I355,I395,I575 Kit 4 Colores

U\$S 27⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

1

ANEXO 5 Proforma sobre el equipo de seguridad




OPTIMIZAMOS TU EMPRESA
 Productos y Servicios Informáticos para empresarios
www.onvia.com.ec

Otavalo
 Bolivar y Av. Quito
 Telf.: 2924674 // 0991479258
 RUC:1002801064001
 email: distribucion2@onvia.com.ec

Distribuimos Tecnologia y equipos Wi-Fi

Empresa: CCPROGRAMS
 Cliente: FLOR HINOJOSA
 Dirección: _____
 Teléfono: 981938530
 E-mail: estefita_24_06@hotmail.com
 RUC: _____

Fecha: lunes, 18 de junio de 2018

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO U	PRECIO T
1	SISTEMA DE ALARMA NEO 30W INCLUYE: KIT SISTEMA DE ALARMA NEO 30W 1 NEO PANEL 1 TECLADO ICONOS CABLEADO 1 GABINETE GRANDE 1 BATERIA 4AH 12VDC 1 DETECTOR DE MOVIMIENTO ANTIMASCOTAS 1 CONTACTO MAGNETICO ADHESIVO PUERTAS O VENTANAS 1 TRANSFORMADOR 16V,40vac 1 SIRENA DSC 30w		
1	CAJA METALICA PARA SIRENA		
5	DETECTOR DE MOVIMIENTO ANTIMASCOTAS		
8	CONTACTO MAGNETICO ADHESIVO		
			
NO INCLUYE INSTALACION Y CAPACITACION MATERIALES O DISPOSITIVOS ADICIONALES SE FACTURAN POR SEPARADO			
		SUBTOTAL	413,04
		12% IVA	49,56
		TOTAL	462,60

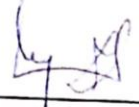
Garantía: 1 año

Validez: 15 días

Forma de pago: DE CONTADO




 Recibi Conforme


 ONVIA

ANEXOS 6 Proforma sobre los materiales para la limpieza

Viveres Milena
LUZMILA MALDONADO - PROPIETARIA
Ruc: 1001816840001

Otavalo, 18 de junio de 2018

Señores:


CC PROGRAMS

PROFORMA

UNIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	DESINFECTANTE DE 1LT	1.99	1.99
1	DETERGENTE LIQ. 1 LT	2.5	2.5
1	CLORO GALON	2.99	2.99
12	PAPEL HIGIENICO ROLLOS	2.85	34.2
1	JABON LIQ FRASCO 400ML	2.99	2.99
1	AMBIENTAL SPRAY	2.75	2.75
5	BASURERRO	1	5
5	ESCOBA PLASTICA	2	10
3	RECOGEDORES DE BASURA	1.5	4.5
3	TRAPEADORES REDONDOS	2.5	7.5
5	PAÑOS ABSORBENTES	1	5
	TOTAL		79.42

Nota: Precios incluyen IVA

Para realizar el pedido hacerlo con 24 horas de anticipación.



Luzmila Maldonado

100181684-0

Modesto Jaramillo y Abdón Calderón Teléfono 06 2 925 731 0996547623

ANEXO 7 Proforma sobre los materiales de oficina



RUC: 1002109526001

TELEFONO: 2928013

DIRECCION: SUCRE 763 Y PIEDRAHITA

CORREO: copyflashpapeleria@hotmail.com

CLIENTE : CC PROGRAMS

PROFORMA

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
3	remas	3,25	9,75
6	esferos punta media	0,35	2,1
6	lapices	0,25	1,5
6	borrador	0,25	1,5
6	resaltadores	1	6
8	carpetas de carton	0,25	2
4	carpetas archivadores	3,45	13,8
4	grapadoras	5,6	22,4
4	perforadoras	5,7	22,8
4	cajas de grapa	1,25	5
4	cuadernos acad 200h	3,75	15
6	correctores	0,85	5,1
4	sacagrapas	1	4
4	separador de hojas	1,5	6
3	marcadores de tiza l	0,75	2,25
1	borrador de tiza l	0,85	0,85
4	portapapeles	16,5	66
3	cajas de clip	0,5	1,5
	SUBTOTAL		158,75
	I.V.A 12%		19,05
	I.V.A 0%		9,75
	TOTAL		187,55

NOTAS : TODOS LOS PRODUCTOS YA INCLUYEN I.V.A

COPY FLASH
PAPELERIA
 RUC 1002109526001
 DIR SUCRE Y PIEDRAHITA

 EL ADMINISTRADOR

ANEXO 8 Proforma sobre los gastos de publicidad



PROFORMA

Ibarra, 18 de Junio 2018

Señor:
CARLOS CONGO

A continuación me permito poner a su consideración los valores solicitados:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
500	Hojas volantes tamaño A5 (15x21cm) impresas a full color en papel couche de 150gr.	0,16	80,00
1	Rótulo tamaño 2x1m. impreso en lona traslúcida con caja de luz.	180,00	180,00
1	Gigantografía tamaño 3x10m. impresa en lona.	300,00	300,00

SUBTOTAL	560,00
IVA 12%	67,20
TOTAL	627,20


centauro
 Atentamente,
 el nuevo orden
 J.C.: 1002378295001
 Renato Cordero
GERENTE GENERAL
 RUC: 1002378295001