

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL PARA LA APERTURA DE
UNA SUCURSAL DE LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA
HILDA SHIGUANGO EN LA AV. 15 DE NOVIEMBRE Y AV. DEL
CHOFER DE LA CIUDAD DE TENA.**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración.

AUTORA: Shiguango Tapuy Inty Maritza

DIRECTORA: Ing. Quilumba Shiguango Diana Samanda

Tena - Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

**ING. QUILUMBA SHIGUANGO DIANA SAMANDA
DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.**

CERTIFICA:

En calidad de Directora del Proyecto Integrador denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO EN LA AV. 15 DE NOVIEMBRE Y AV. DEL CHOFER DE LA CIUDAD DE TENA**, de autoría de la señorita **SHIGUANGO TAPUY INTY MARTIZA**, con CC. 150069329-4 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 10 de febrero de 2023

Ing. Diana Samanda Quilumba Shiguango
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (TIC)

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 10 de febrero de 2023

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO EN LA AV. 15 DE NOVIEMBRE Y AV. DEL CHOFER DE LA CIUDAD DE TENA, **presentado por SHIGUANGO TAPUY INTY MARITZA** estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Mg. Oswaldo Patricio Bonifaz Vallejo
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Mg. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ab. Juan Carlos Ortiz Serrano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, **SHIGUANGO TAPUY INTY MARITZA**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO EN LA AV. 15 DE NOVIEMBRE Y AV. DEL CHOFER DE LA CIUDAD DE TENA** y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de esta.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORA:

SHIGUANGO TAPUY INTY MARITZA

CÉDULA: 150069329-4

FECHA: 10 de febrero de 2023

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Yo, **SHIGUANGO TAPUY INTY MARITZA**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO EN LA AV. 15 DE NOVIEMBRE Y AV. DEL CHOFER DE LA CIUDAD DE TENA**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 09 de enero de 2023, firma la autora.

AUTORA: Shiguango Tapuy Inty Maritza

FIRMA:

CÉDULA: 150069329-4

DIRECCIÓN: Barrio las playas

CORREO ELECTRÓNICO: inty.shiguango@est.itstena.edu.ec

CELULAR: 0992574143

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA: Ing. Quilumba Shiguango Diana Samanda

TRIBUNAL DEL GRADO:

Mg. Oswaldo Patricio Bonifaz Vallejo (Presidente).
Mg. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña (Miembro).
Ab. Juan Carlos Ortiz Serrano (Miembro).

DEDICATORIA

A mis padres Humberto Shiguango y Rebeca Tapuy quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme ver que la vida es maravillosa y tener a mis padres e hijo a mi lado que me acompañaron durante este proceso gracias por los valores y principios que me han inculcado, es una bendición que se ha convertido en un pilar fundamental para seguir en pie de lucha día tras día, rompiendo barreras u obstáculos que se atraviesan en el camino, gracias a todo ello puedo lograr lo que me proponga y así continuar confiando en mí y en las personas que siempre me acompañan en cada logro cumplido.

A los docentes quienes conforman de esta prestigiosa Institución que es el, “Instituto Superior Tecnológico Tena” que me acompañaron y guiaron durante este proceso gracias infinitas.

ÍNDICES GENERAL

APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA.....	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
A. TÍTULO.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA.....	7
2.1 Actualidad e importancia	7
2.2 Presentación del problema profesional a responder.	7
C. OBJETIVOS.....	9
D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS.....	10
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
5.1 Diagnóstico Situacional.....	12
5.1.1 Recolección de Datos.....	12
5.1.1.1 Diseño para la recolección de datos	12
5.1.1.3 Datos cualitativos.....	13
5.1.1.4 Analizar la información	14
5.1.1.5 Presentar los resultados	14
5.1.2 Planificación estratégica.....	15
5.1.3 Análisis FODA.....	15
5.1.3.1 Investigación de mercado	15
5.1.3.2 Etapas del proceso de investigación de mercados	16

5.2	Estrategias Comerciales	17
5.2.1.1	Diagnóstico de Estrategias.....	18
5.2.1	Promoción de Servicio	18
5.2.2	Toma de decisiones	18
5.3	Marco Legal	19
5.4	Marco Conceptual.....	22
F.	METODOLOGÍA	24
6.1	Materiales	24
6.2	Ubicación del Área de estudio.....	24
6.2.1	Muestra	25
6.3	Tipo de investigación / estudio.....	26
6.3.1	Enfoque de investigación	26
6.3.2	Modalidad básica de investigación.....	27
6.3.3	Nivel o Tipo de investigación	28
6.3.3.1	Investigación Descriptiva.....	28
6.3.3.2	Investigación Explicativa	29
6.4	Metodología para cada objetivo.	30
6.4.1	Objetivo 1.....	30
6.4.2	Objetivo 2.....	31
6.4.3	Objetivo 3.....	31
G.	RESULTADOS.....	33
7.1	Resultado del Objetivo 1	33
7.1.2	Estudio situacional.....	34
7.2	Resultado del objetivo 2.....	36
7.3	Resultado del objetivo 3.....	47
H.	CONCLUSIONES	54
I.	RECOMENDACIONES	55

J. BIBLIOGRAFÍA	56
K. ANEXOS	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Supra ordenación de variables	11
Gráfico 2. Diseño para la recolección de datos	13
Gráfico 3. Etapas del proceso de investigación de mercado	17
Gráfico 4. Mapa Satelital del área de estudio (Av. 15 de noviembre y Av. del chofer)	25
Gráfico 5. Esquema de FODA.....	30
Gráfico 6. Diagrama de procesos.....	32
Gráfico 7. Misión y Visión.....	33
Gráfico 8. Análisis situacional	34
Gráfico 9. Utilización de Servicios contables y tributarios.....	37
Gráfico 10. Servicios de la asesoría.....	38
Gráfico 11. Inversión anual	39
Gráfico 12. Atributos importantes	40
Gráfico 13. Uso de servicios en la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango.....	41
Gráfico 14. Frecuencia de visitas.....	42
Gráfico 15. Nivel de satisfacción	43
Gráfico 16. Requerimiento de los usuarios del servicio	44
Gráfico 17. Posicionamiento de la Asesoría	45
Gráfico 18. Apertura de una sucursal en la av. 15 de noviembre.....	47

ÍNDICICE DE TABLAS

Tabla 1. Asignaturas Integradoras	10
Tabla 2. Análisis FODA.....	35
Tabla 3. Matriz FODA	35
Tabla 4. Utilización de Servicios contables y tributarios.....	37
Tabla 5. Servicios de la asesoría.....	38
Tabla 6. Inversión anual	39
Tabla 7. Atributos importantes	40
Tabla 8. Uso de servicios en la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango	41
Tabla 9. Frecuencia de visita	42
Tabla 14. Nivel de satisfacción	43
Tabla 11. Requerimiento de los usuarios del servicio	44
Tabla 12. Posicionamiento de la Asesoría	45
Tabla 13. Apertura de una sucursal en la av. 15 de noviembre.....	46

A. TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL PARA LA APERTURA DE
UNA SUCURSAL DE LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA
SHIGUANGO EN LA AV. 15 DE NOVIEMBRE Y AV. DEL CHOFER DE LA
CIUDAD DE TENA.

RESUMEN

El trabajo de investigación se enfocó en un estudio de factibilidad comercial para la apertura de una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango, en base a un estudio exhaustivo de la trayectoria de la asesoría contable y tributaria, recabando información elemental de fuentes primarias (entrevista al propietario). Se analizó aspectos internos, externos, ventajas y desventajas de la microempresa, estos fueron: ubicación del lugar, infraestructura y horarios de atención. Donde se tomó referencia la población de la Ciudad de Tena urbana (23.307 habitantes). Y determinó que: la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango ofrezca servicios tributarios con todas las garantías y proyectar una sucursal. Los resultados obtenidos al aplicar la metodología planteada determinó que el 69% de encuestados está “totalmente de acuerdo” en que exista una sucursal a la vista de los clientes y puedan acudir con facilidad al lugar; por lo tanto para el conocimiento de la misma se difundirá por medio de redes sociales, e informar a tiempo al cliente sobre algún cambio en la normativa del régimen tributario y establecer asesorías gratuitas para explicar el nuevo sistema del SRI y captar más clientes para que se cristalice la toma de decisiones por parte del administrador.

Palabras clave: asesoría, tributación, toma de decisiones, análisis FODA, matriz FODA, administración, nivel de aceptación.

ABSTRACT

The research work focused on a commercial feasibility study for the opening of a branch of the Accounting and Tax Consulting Hilda Shiguango, based on an exhaustive study of the trajectory of accounting and tax consulting, collecting basic information from primary sources (interview with the owner). Internal and external aspects, advantages and disadvantages of the microenterprise were analyzed, these were: location of the place, infrastructure and opening hours. Where reference was made to the population of the urban City of Tena (23,307 inhabitants). And determined that: Hilda Shiguango Accounting and Tax Consulting offers tax services with all the guarantees and project a branch. The results obtained by applying the proposed methodology determined that 69% of those surveyed are "totally agree" that there is a branch in view of customers and they can easily go to the place; therefore, for the knowledge of it, it will be disseminated through social networks, and inform the client in time about any change in the regulations of the tax regime and establish free consultancies to explain the new SRI system and attract more clients so that they can crystallize decision-making by the administrator.

Key words: advice, taxation, decision making, FODA analysis, FODA matrix, administration, level of acceptance.

Reviewed by

Lcda. Carmen Gutierrez Heras, Mg
Languages Center Coordinator – IST Tena

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Actualidad e importancia

Desde hace muchos años atrás la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango ha tenido un descenso en cuanto a sus clientes, debido a muchos factores que la rodea como: lugar donde se encuentra (barrio las playas de la ciudad de Tena), el entorno, la infraestructura, la decoración, entre otros aspectos que han determinado la necesidad de este tipo de servicios, como por ejemplo: declaración del impuesto a la renta, declaración del RUC, herencias y legados, inscripción y actualización del RUC, etc. Cabe mencionar que la propietaria cuenta con los conocimientos sólidos y necesarios para hacer su trabajo pero una notable baja de clientela en la zona que opera actualmente dan paso a que se analice la posibilidad de dar apertura a una sucursal en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer, ya que se considera un punto estratégico y comercial para la captación y aceptación de los servicios profesionales que ofrece, por lo que también el éxito de la misma se fundamentará en las personas naturales y jurídicas que transitan por el lugar a más de las entidades públicas y privadas que se encuentran en dicho sector.

La intención de desarrollar un estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango y cubrir el segmento de investigación con los servicios en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena, por lo cual priorizará un enfoque amplio al beneficiario lo cual llevará a la toma de decisiones, esto se lo realizará mediante entrevistas, encuestas y demás aspectos necesarios al tema de investigación por lo que se determinará establecer otro local del ya mencionado lugar.

2.2 Presentación del problema profesional a responder.

La necesidad surge de abrir una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la Av. 15 de noviembre y Av. Del Chofer de la

Ciudad de Tena, a fin de buscar un nicho de mercado que permita rentabilidad, estabilidad y competitividad debido a que en la actualidad no se encuentra en un sitio comercial ni demandado por clientes ya que no se conoce de la microempresa.

La Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango se encuentra en una zona poco transitada, con infraestructura no adecuada, con espacio reducido, y carencia de clientela que es un factor determinante para pensar en innovar y ubicarse en un punto estratégico, esto ha llevado a que la propietaria de la microempresa piense en abrir una sucursal en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la Ciudad de Tena, ya que este sector cumple con las características que necesita el negocio para la captación y aceptación de clientes que necesitan de los servicios profesionales, por lo tanto la dueña del negocio, para seguir manteniéndose instaurada y en la competencia de las demás asesorías que ofrecen los mismos servicios debe tomar daciones en cuanto a los datos arrojados por las encuestas que se van a aplicar a los habitantes de la ciudad de Tena que corresponden al perímetro urbano y esto determinará el rumbo y el éxito de la misma.

C. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad comercial para la apertura de una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la Av. 15 de noviembre y Av. del Chofer de la Ciudad de Tena.

3.2 Objetivos Específicos

- ✚ Efectuar un diagnóstico situacional de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango mediante la herramienta de análisis FODA.

- ✚ Determinar el nivel de aceptación de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena, a través de herramientas de investigación.

- ✚ Proponer estrategias comerciales para la apertura de una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la ciudad de Tena.

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Tabla 1. Asignaturas Integradoras

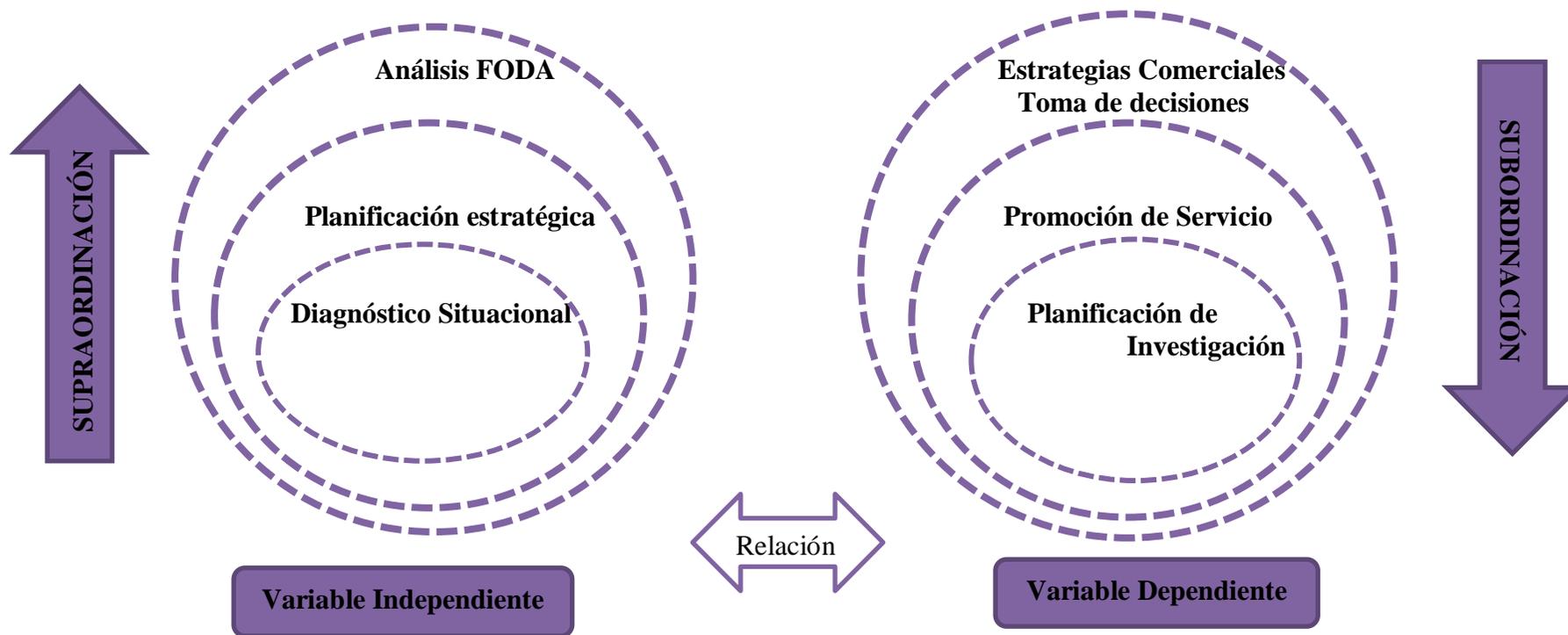
Línea de Investigación	Asignaturas	Resultados de Aprendizaje	Aplicación Directa	Aplicación Indirecta
Competitividad y Satisfacción	Metodología de la Investigación	Formula una solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.	X	
	Planificación estratégica	Diseña una estructura de la organización mediante el análisis de los factores del entorno empresarial que influyen en la formulación de estrategias.	X	
	Macroeconomía	Identifica un contexto de la organización utilizando herramientas administrativas, para el correcto desempeño de las áreas departamentales de la empresa.		X
	Investigación de Mercado	Aplica una investigación de mercados en la toma de decisiones en el ámbito profesional.	X	
	Liderazgo y emprendimiento	Emprendimiento y evaluación de ideas de negocios que promuevan la productividad y contribuyan al crecimiento eficaz de la empresa, ejerciendo las actividades con liderazgo y compromiso ético.	X	
	Formulación y Evaluación de Proyectos	Elabora un estudio de mercado e identificación macro y micro localización del proyecto según su entorno para un mejor posicionamiento en el mercado.	X	

Fuente: Asignaturas de la Carrera de Administración (2023)

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Fundamentación Científica – Técnica

Gráfico 1. Supra ordenación de variables



5.1 Diagnóstico Situacional

Según (Remuzgo, 2005) “El Diagnóstico Situacional, determina la adecuada combinación de recursos para afrontar la solución de un problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible. Define la dirección correcta que debe tomar la organización y el conjunto de transformaciones que se deben realizar al interior de ésta para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado. Herramienta para la toma de decisiones, la acción, el cambio y el desarrollo institucional”, por ende, se va analizar los puntos adecuados dentro de la microempresa, con la finalidad de solucionar problemas y tomar decisiones correctas.

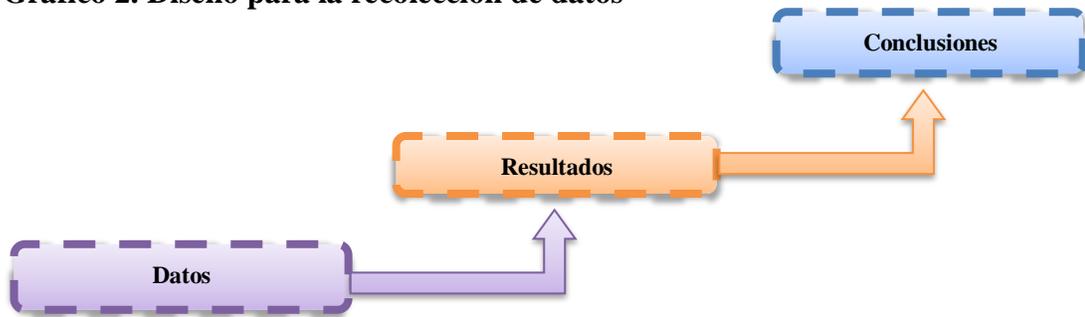
5.1.1 Recolección de Datos

Citando a Ruiz Palmero (2011) dice que recolectar información “*facilita al investigador hacerse fácilmente una visión de conjunto del objeto de estudio, sobre todo con la gran cantidad de datos que se pueden obtener con las nuevas herramientas de recogida de información.*” (pág. 3), dicho en otras palabras, es un proceso indagatorio por el cual se va a utilizar técnicas de recolección, aplicando herramientas tecnológicas y de forma personal debido a que, se debe enfocar la información en el centro de estudio para que no exista falencias a la hora de recoger los datos que se han indagado.

5.1.1.1 Diseño para la recolección de datos

Con lo expuesto por Zikmund y Babin (2010, pág. 186) “*menciona que el diseño para la recolección de datos es la consecución de varios elementos plasmados a continuación que implican una determinante con mucha veracidad y confiabilidad para concretas una investigación audaz, eficaz y eficiente*”.

Gráfico 2. Diseño para la recolección de datos



5.1.1.2 Beneficio de un Diagnóstico Situacional

Es una herramienta de investigación las cuales son útiles para fines distintos de un mercado, apoyando así al desarrollo de negocios en índoles distintas.

5.1.1.3 Datos cualitativos

A juicio de Medina Castillo et al., (2012) los datos cualitativos “*son el grupo de discusión (reunión de personas que representan un determinado grupo social) y las entrevistas en profundidad (entrevistas sin cuestionario, pero con un mínimo).*” (pág. 290), con experticia son los individuos que se reúnen con el fin de compartir criterios que dan a conocer datos que no se encuentran en un sitio web, por esta razón el investigador emplea una pequeña guía donde va a establecer de forma clara y concreta lo que desea saber de tales personas.

Como dice Guanipa Pérez (2011) los datos cualitativos hacen referencia a las informaciones “*expresadas en forma de palabras descriptivas, las cuales detallan situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas; citas directas de las personas sobre sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos; y extractos de pasajes enteros de documentos, correspondencia, registros e historias de casos.*” (pág. 3), cabe mencionar que se sitúa a varios sujetos y se les pregunta acerca de todas sus experiencias vividas, aspectos cognitivos y físicos

del comportamiento, de tal forma que haya adquirido experiencias a lo largo de su trayectoria de vida, en cuanto a que en muchos casos existe hechos trascendentales que los investigadores deben extraerla en forma de conversatorio e ir anotando para tener un dato informativo concreto, veraz y eficaz.

5.1.1.4 Analizar la información

Dicho con palabras de Tinto Arandes (2013) analizar la información “*supone estudiar los contenidos de un material previamente seleccionado.*” (pág. 139), es decir se va a examinar los datos recabados de la fuente de consulta, esta pudo haber sido cualitativa o cuantitativa con el fin de observar el comportamiento que ha tenido la información extraída.

Do Nascimento Sousa et al., (2017) da a conocer que el análisis es “*todos aquellos de naturaleza empírica que lidian con datos profusos.*” (pág. 44), a causa de que se pueda tener la mayor información efectiva con el propósito de manifestar un hecho real de fuentes y anécdotas objetivas más no subjetivas.

5.1.1.5 Presentar los resultados

Bernal (2010) declara que presentar los resultados “*consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, la hipótesis y/o preguntas formuladas, y las teorías o presupuestos planteados en el marco teórico.*” (pág. 220), aparte de ello se descifran todos aquellos datos ya analizados para evidenciar el proceso que se ha venido obteniendo, comparando así los temas proyectados.

5.1.2 Planificación estratégica

La planificación estratégica según Mora, Vera (2015) *“es un aspecto importante en el crecimiento y sostenimiento a futuro de las empresas, ya que les permite coordinar las acciones que se deben realizar día a día para lograr los objetivos de mediano y largo plazo.”* (pág. 80), en cuanto a esto es como tener ramificaciones de cooperación y coordinación entre distintos actores de los cuales se conforman una asociación para garantizar el éxito futuro.

Como propone Salazar (2013) que la planificación estratégica *“es una herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones en torno al que hacer actual y futuro de una organización en estudio.”* (pág. 396), en consecuencia, se materializara en una dinámica retrospectiva de la situación pasada, presente y lo que se quiere para el futuro.

5.1.3 Análisis FODA

Salazar (2013) deduce que la matriz estratégica DAFO *“es conocida como una metodología efectiva dentro de la planificación estratégica para el estudio de la situación competitiva de una empresa y posterior toma de decisiones.”* (pág. 396), para lo cual el investigador debe identificar de manera oportuna los errores del objeto en estudio y trazar estrategias para una decisión efectiva en cuanto a lo que se vaya a efectuar.

5.1.3.1 Investigación de mercado

La investigación de mercados para Argote et al., (2013) *“es una herramienta que recolecta y analiza información acerca del comportamiento de los consumidores.”*

(pág. 198), en relevancia, a través de este medio podemos dar una perspectiva clara y objetiva en cuanto al tipo de información que se va a dar a conocer de acuerdo a la conducta y preferencias de muchas personas o clientes que desean algún tipo de servicio.

Como afirma Arcila et al., (2013) la investigación de mercado “*darán solución a los problemas de decisión administrativa, donde por medio del planteamiento del problema de investigación de mercado se puede obtener la información necesaria para responder a tales interrogantes y dar cabida a la toma de decisiones.*” (pág. 509) por tal hecho, se debe establecer el mecanismo acorde para procesar la información recabada de tal forma que determine el grado de complejidad de las preguntas planteadas para posteriormente dar una solución de manera nuclear con el fin de aclarar y dar una respuesta coherente para tomar la mejor decisión, beneficiando a la microempresa, proyecto planteado u organización.

5.1.3.2 Etapas del proceso de investigación de mercados

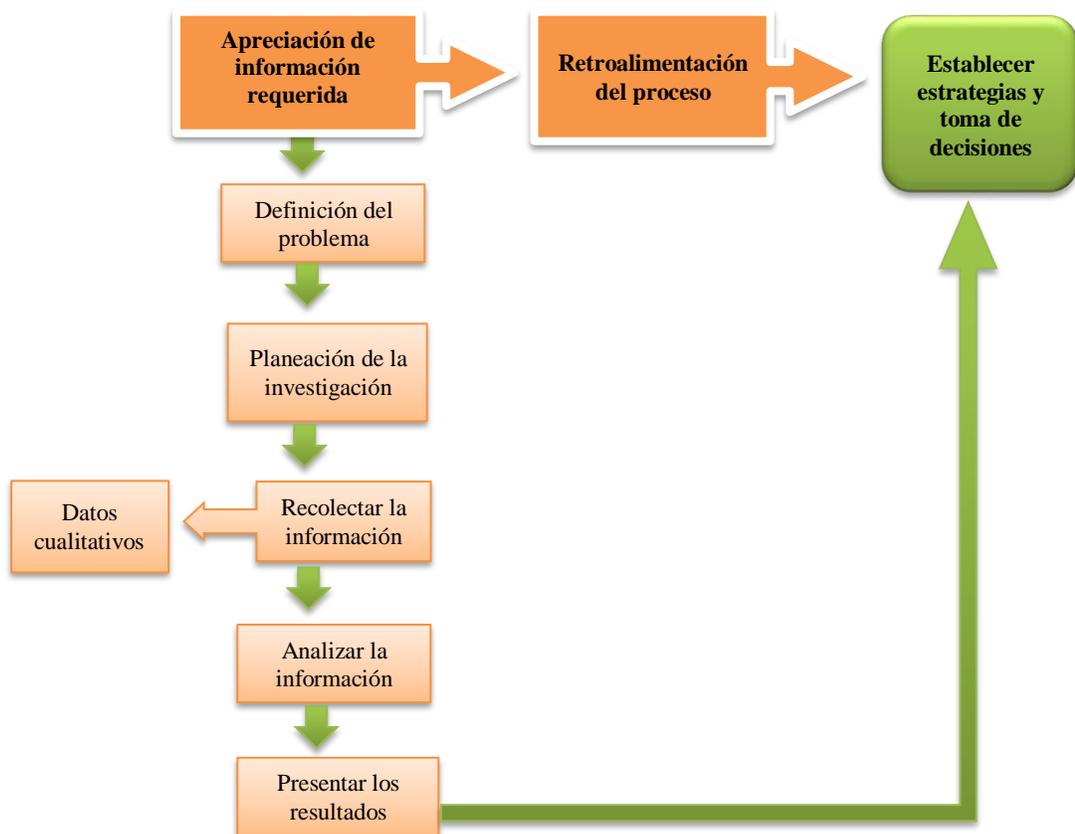
Para el autor Zikmund y Babin (2010, pág. 103) *define “las etapas del proceso de investigación de mercados, a través de una serie de pasos esenciales desde el punto de vista que se quiere investigar hasta llegar a tomar decisiones al final de todo el proceso de investigación”.*

En otro contexto se debe anticipadamente haber identificado el problema, lo que habrá dado origen a una necesidad de información derivada de la necesidad de solucionar un escenario real, de evaluar una oportunidad o valorar una táctica adoptada.

En otros aspectos, la formulación consiste en definir el problema de una forma precisa, y con ello se determina también con precisión los objetivos de la investigación, así como de la misma manera cuáles son las hipótesis que dicha investigación debe corregir.

En determinación, todas las fases del proceso de investigación de mercado son igual de importantes por lo que un error en cualquiera de ellas implica que los resultados de la investigación no se ajusten a la realidad.

Gráfico 3. Etapas del proceso de investigación de mercado



Fuente: Investigación de Mercado, Procesos. (2023)

5.2 Estrategias Comerciales

(Silva, 2020), comenta que la estrategia comercial es “conjunto de acciones que pone en práctica una empresa para dar a conocer un nuevo producto, para aumentar su cuota de venta o de participación de mercado.” Netamente consiste en el mejoramiento de los servicios que la empresa ofrece para el desarrollo económico de la misma.

5.2.1.1 Diagnóstico de Estrategias

De acuerdo a (Cholet, 2016), expone las siguientes posibles estrategias:

- Penetración en el mercado
- Desarrollo del mercado
- Desarrollo de nuevos productos

La innovación de la empresa se rige en relación al mercado, sus canales, tecnologías actuales que permitan iniciar una nueva situación con los menores riesgos posibles.

5.2.1 Promoción de Servicio

Son técnicas que se usan dentro de una empresa para promover sus productos e incrementar sus ventas y acciones y persuadir en el mercado, impulsando méritos excepcionales.

5.2.2 Toma de decisiones

Como plantea Acevedo Borrego et al., (2010) tomar decisiones *“implica elegir según paradigmas predefinidos, con el objetivo de mantener o cambiar, mejorar o empeorar la situación.”* (pág. 3), viendo que hay muchas personas dueñas de negocios que suelen tomar medidas escuetas ya que no hacen un análisis profundo para emplear una retroalimentación de las fallas que se han generado a lo largo de una actividad de negocio, siendo así hacen correcciones sencillas puesto que no hacen una gran cosa por mejorar e innovar su entorno para precisar y ver una opción para concretarla y con ello tener éxito.

En la opinión de Mirabal Martínez y Piña (2012) la toma de decisiones es *“escoger entre varias opciones seleccionando aquella que consideran más conveniente a los intereses respectivos.”* (pág. 10), autoriza a concluir que dependiendo de los datos

y análisis de resultados el dueño de la unidad de negocio va a elegir entre varias alternativas en función de dinamizar mediante una retroalimentación.

5.3 Marco Legal

5.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

5.3.2 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (2018) REGISTRO OFICIAL ECUADOR No. 351 DEL AÑO 2010.

Art. 4.- De la Secretaría Técnica: La Presidencia del Consejo Sectorial de la Producción contará con una secretaría técnica. Para el normal funcionamiento de esta Secretaría, el Ministerio a cargo de la presidencia del Consejo deberá incluir en su Estatuto Orgánico de gestión organizacional por procesos, las funciones que permitan cumplir con las competencias otorgadas en el presente reglamento, en las áreas de comercio e inversiones, adicionales a las de políticas, análisis, financiera y programas.

literal k) Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los

principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico - institucional.

5.3.3 REGLAMENTO PARA APLICACIÓN LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, LRTI

Decreto Ejecutivo 374 Registro Oficial Suplemento 209 de 08-jun.-2010 Última modificación: 22-feb.-2021 Estado: Reformado.

Art. 1.- Cuantificación de los ingresos. - Para efectos de la aplicación de la ley, los ingresos obtenidos a título gratuito o a título oneroso, tanto de fuente ecuatoriana como los obtenidos en el exterior por personas naturales residentes en el país o por sociedades, se registrarán por el precio del bien transferido o del servicio prestado o por el valor bruto de los ingresos generados por rendimientos financieros o inversiones en sociedades. En el caso de ingresos en especie o servicios, su valor se determinará sobre la base del valor de mercado del bien o del servicio recibido. La Administración Tributaria podrá establecer ajustes como resultado de la aplicación de los principios del sistema de precios de transferencia establecidos en la ley, este reglamento y las resoluciones que se dicten para el efecto.

Art. 2.- Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta en calidad de contribuyentes: las personas naturales, las sucesiones indivisas, las sociedades definidas como tales por la Ley de Régimen Tributario Interno y sucursales o establecimientos permanentes de sociedades extranjeras, que obtengan ingresos gravados. Son sujetos pasivos del impuesto a la renta en calidad de agentes de retención, los definidos como tales en el artículo 92 de este Reglamento. Nota: Inciso segundo sustituido por artículo 1 de Decreto Ejecutivo No. 1114, publicado en Registro Oficial Suplemento 260 de 4 de agosto del 2020.

5.3.4 ORDENANZA DEL GAD MUNICIPAL No. 088-2021 DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN TENA

Art. 1.- OBJETO.- La presente Ordenanza se basa en las determinaciones territoriales definidas en las unidades de intervención territorial definidas en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, el Uso y la Gestión del Suelo PUGS, y el Plan de Ordenamiento Urbanístico Integral Sustentable POUIS, como principal herramienta para la gestión territorial urbana de carácter obligatorio, para establecer las regulaciones y la administración de la superficie de las áreas urbanas, rurales, de los límites referenciales de los asentamientos humanos, estableciéndose como sus objetivos.

Art. 2.- ÁMBITO DE APLICACIÓN. - La presente Ordenanza es aplicable en la jurisdicción del cantón Tena, en todos los ejercicios de planificación de desarrollo y ordenamiento territorial, planeamiento y actuaciones urbanísticas y rurales, que regularán el uso y ocupación del suelo que contiene la localización de todas las actividades que se asienten en el territorio.

Art. 3. - APROBACIÓN. - Se aprueba la reforma y actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del cantón Tena para el período 2021-2023; además se aprueba el Plan de Uso y Gestión de Suelo Urbano y Rural del cantón Tena (PUGS) para el período 2021-2033 y el Plan de Ordenamiento Urbanístico Integral Sustentable (POUIS), de la ciudad de Tena 2021- 2033 y sus correspondientes normativas de aplicación.

Art. 4|. - DEFINICIÓN.- El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), constituye el instrumento técnico-jurídico y como tal, determinará los lineamientos aplicables según las competencias exclusivas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, referentes a la planificación para el desarrollo y las consecuentes normas para el uso y ocupación del suelo, consignado en los documentos vigentes como son la Constitución de la República del Ecuador y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Tena.

5.4 Marco Conceptual

Asesoría: Servicio profesional de información y consejo en materia especializada (jurídica, fiscal, técnica, cultural, laboral, contable, etc.).

Análisis: Es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos

Comercio: Consiste en la transferencia e intercambio de bienes y servicios entre personas o entre otras entidades en la economía.

Contabilidad: Sistema de control y registro de los gastos e ingresos y demás operaciones económicas que realiza una empresa o entidad.

Contador: Persona que tiene por oficio llevar la contabilidad de una empresa u organismo público.

Diagnóstico: Es un procedimiento ordenado, sistemático, para conocer, para establecer de manera clara una circunstancia.

Datos: Información concreta sobre hechos, elementos, etc., que permite estudiarlos, analizarlos o conocerlos.

Estudio: Proceso por el cual una persona se expone a incorporar información útil en lo que respecta a un tema o disciplina.

Mercado: un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.

Problema: Son aquellos que definen o caracterizan a hechos, objetos y fenómenos y que explican la relevancia o necesidad de investigar sobre los mismos.

Promoción: Promover y divulgar productos, servicios, bienes o ideas, para dar a conocer y persuadir al público de realizar un acto de consumo.

Resultados: Los resultados no son puramente teóricos o prácticos y por lo regular se complementan.

Servicios: Información que puede ser medida y escrito con números.

Sociedad: Conjunto de individuos que conviven en un mismo territorio bajo un determinado esquema de organización, compartiendo además lazos económicos, políticos y culturales.

Sucursal: Es una empresa de comercio o industrial que depende de una casa matriz y puede estar ubicada dentro del mismo país o fuera de él.

Tributación: La tributación, acción de pagar las obligaciones contraídas con el fisco, o también puede referirse al esquema, régimen o sistema tributario vigente en un país.

Toma de decisiones: Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida.

F. METODOLOGÍA

6.1 Materiales

Los materiales que intervinieron en el desarrollo de la investigación fueron:

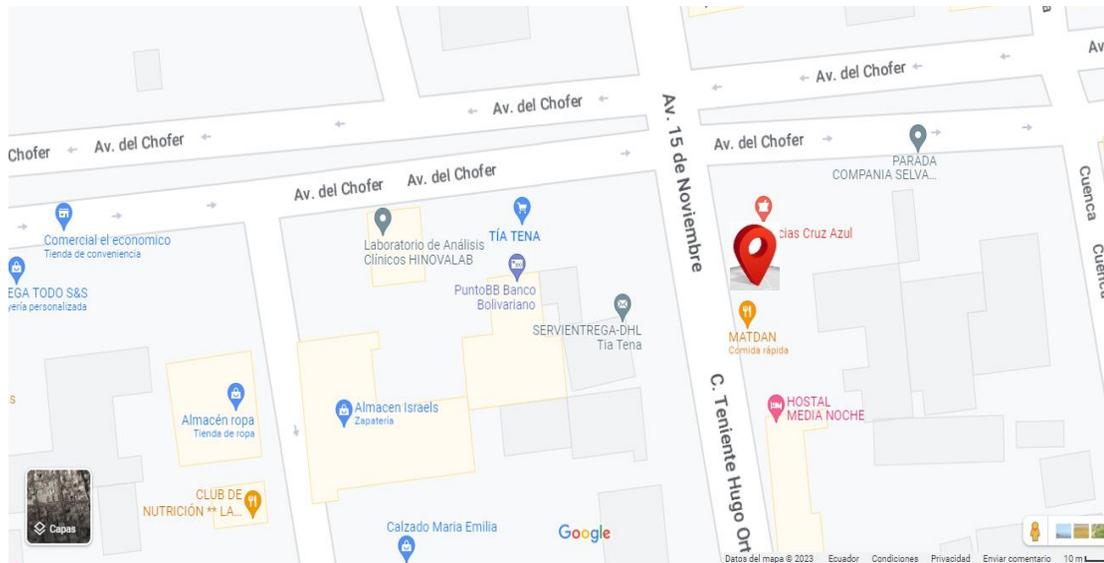
- Laptop, marca HP año 2019
- Celular, Samsung A52 año 2020
- Internet, CNT banda ancha

6.2 Ubicación del Área de estudio.

Esta investigación se realizó en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la Ciudad de Tena donde el propietario planea abrir una nueva sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango, con el objetivo de comprobar el nivel de factibilidad y aceptación de la microempresa, en referencia a la poca acogida que tiene en la actual ubicación (barrio las playas), ya que el estudio investigativo determinará el éxito en base a las instituciones públicas, privadas y unidades educativas que se encuentran en el área de estudio.

En la zona de estudio se encuentran entidades públicas y privadas, restaurantes y negocios de comercio lo que define su inclusión en el sector de estudio, así también esta actividad de servicio productivo ayuda al fortalecimiento económico del sector y la población, por lo que impulsa un desarrollo local y a su vez fortalece los ingresos del negocio y generará empleo a quienes cuenten con el perfil para hacer tareas profesionales de lo que ofrece la asesoría a sus clientes.

Gráfico 4. Mapa Satelital del área de estudio (Av. 15 de noviembre de noviembre y Av. del chofer)



Fuente: Google maps, (2023)

La población urbana de la ciudad de Tena es de 23.307 habitantes, por tal razón es una determinante para implantarse en aquel lugar y dar a conocer de los servicios que ofrece la misma. (GADM TENA, 2011). El local sería en la antigua panadería junto al MATDAN.

6.2.1 Muestra

Para determinar el número de las personas a encuestar se tomó la población de la zona urbana de la ciudad de Tena de 23.307 habitantes y se calculó mediante la “fórmula para el cálculo de la muestra.” (Aguilar , 2011)

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población
z= Coeficiente de nivel de confianza
p= Probabilidad de éxito
(1-q)= Probabilidad de fracaso
e= Error de estimación

Datos:

N= 23.307
z= 95% = 1.96 (tabla de distribución Z)
p= 0,5
(1-q)= 0,5
e= 0,05

$$n = \frac{(23.307) (1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(23.307 - 1) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{22.384,0428}{58,265 + 0,9604}$$

$$n = 377,9466$$

$$n = 378$$

6.3 Tipo de investigación / estudio

6.3.1 Enfoque de investigación

Investigación con enfoque cualitativo

Empleando las palabras de Bernal (2010) afirma que la investigación cualitativa “*pretende conceptuar sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas.*” (pág. 60), en concreto son maneras individuales y autónomas en lo que corresponde a un estudio integrado que constituye una unidad de estudio, análisis y observaciones para la interpretación a posibles soluciones.

La investigación tuvo un enfoque cualitativo ya que se recolectó información y datos a través de la entrevista de temas importantes acertados a la problemática estudiada, mejorando así el intelecto para la búsqueda de la solución en el área de estudio.

Además, se realizó un conversatorio general de hechos históricos y de nuevas experiencias al gerente de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango comenzando por un análisis situacional (FODA) de la unidad de negocio, a su vez se indagó en la problemática: nivel de factibilidad (aceptación) para la apertura de una sucursal en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena y con ello proceder a la toma de decisiones de la microempresa. A partir de esta recolección de información a través de un diálogo se realizó el estudio situacional.

Se consideró:

-  Misión y visión
-  Objetivos
-  Estrategias

6.3.2 Modalidad básica de investigación

La investigación se basó en Documental / Bibliográfico

Bernal (2010) deduce que la investigación documental “*consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio.*” (pág. 111), al respecto se manifiesta que la modalidad admite sustentar y evidenciar fuentes necesarias para la selección, recopilación, interpretar y analizar toda la búsqueda necesaria ante el tema de estudio asociándose a datos históricos.

Por lo que fue preciso sustentar la búsqueda en documentales bibliográficos como guía y dirección ante el tema de investigación del mismo modo permitió que la metodología aplicada sea real y eficaz a la situación existente en relación con el nivel de factibilidad (aceptación) de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango de manera que, permitirá el desarrollo y la solución posible para la toma de decisiones.

Para ello se tomó fuentes documentales de:

- ✚ Libros
- ✚ Revistas científicas
- ✚ Páginas web
- ✚ Entre otras

6.3.3 Nivel o Tipo de investigación

El trabajo se presentó a nivel descriptivo y exploratorio.

6.3.3.1 Investigación Descriptiva

Bernal (2010) sostiene que la investigación descriptiva es “*es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto.*” (pág. 113), igualmente la investigación se relaciona a la medición e identificación de caracteres o

rasgos que se involucran al desarrollo para formar una base de datos, se considera que es una fuente de estudio e interpretación para la toma de decisiones.

En el estudio se realizó una investigación descriptiva y exploratoria ya que se ejecutó una entrevista estructurada a la gerente de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango analizando los factores que influyen en la aceptación de la microempresa, estableciendo así las posibles soluciones al problema y exploratorio porque es un tipo de investigación utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes.

6.3.3.2 Investigación Explicativa

Bajo el pensamiento de Bernal (2010) manifiesta que *“Las investigaciones en que el investigador se plantea como objetivos estudiar el porqué de las cosas, los hechos, los fenómenos o las situaciones, se denominan explicativas. En la investigación explicativa se analizan causas y efectos de la relación entre variables.”* (pág. 115), en definitiva, se especifica que para una buena investigación y análisis de ante mano surge una eficiente descripción mediante encuesta, entrevista, u observación de estudio profundizando a la problemática.

Para la explicación eficiente ante esta investigación conocemos las causas y efectos que surge ante esta problemática del nivel de factibilidad, que a su vez dictaminó factores internos y externos acerca de los rasgos de comportamiento tanto del propietario de negocio como también de los clientes y demás actores que influyen de manera directa e indirecta a la aceptación de los servicios que oferta la microempresa, además se analizó los factores específicos que intervienen dentro de este proceso.

6.4 Metodología para cada objetivo.

Como primer paso se hizo una solicitud en la cual se pide a la dueña de la microempresa que se dé todas las facilidades del caso para la investigación del Trabajo de Integración Curricular con fines estrictamente académicos. (Ver anexo 1)

6.4.1 Objetivo 1

- ✚ Efectuar un diagnóstico situacional de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango mediante la herramienta de análisis FODA.

Gráfico 5. Esquema de FODA



Fuente: Análisis FODA, Marketing (2023).

Para la determinación del objetivo se realizó un análisis FODA la cual consiste en una herramienta que facilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis cualitativo de esas cuatro variables principales, con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio, cabe mencionar que servirán para plasmar aspectos específicos como la misión, visión y estrategias, con el fin de dar una directriz acorde a la trayectoria de los servicios que oferta la asesoría.

En pocas palabras, ayudará a que la microempresa aplique acciones correctivas y emplee tácticas para una conveniente toma de decisiones.

6.4.2 Objetivo 2

- ✚ Determinar el nivel de aceptación de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena, a través de herramientas de investigación.

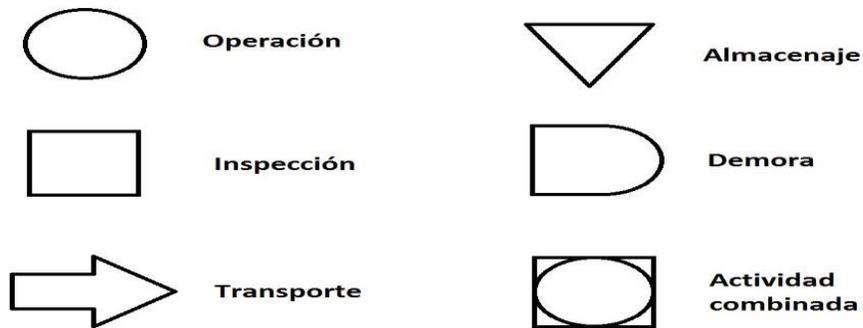
Se elaboró con preguntas cerradas donde se plantó un total de 10 preguntas, dirigida a la población urbana de Tena con la finalidad de conocer el nivel de aceptación de los servicios que ésta oferta y la frecuencia con la que se acude al lugar. **(Ver anexo 2)**

6.4.3 Objetivo 3

- ✚ Proponer estrategias comerciales para la apertura de una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la ciudad de Tena.

En cuanto a este aspecto se hizo un diagrama de estrategias comerciales que determinará el éxito de la empresa siempre y cuando la propietaria de la unidad de negocio lo aplique de manera oportuna y a cabalidad, siguiendo los lineamientos en los que se van a enmarcar, tomando en cuenta la competencia, los precios, la infraestructura, atención al cliente y demás aspectos que serán de gran valor para instaurarse en un nicho de mercado eficaz y eficiente, debido a que el objetivo es de mantenerse en ese ámbito empresarial sin desaparecer del mercado local.

Gráfico 6. Diagrama de procesos



Fuente: Símbolos de Diagrama de procesos (2023).

Bajo ese mismo pensamiento se debe deducir que los factores por los cuales está rodeada la microempresa es por la ubicación actual ya que se ha pensado en estrategias concretas para erradicar este tipo de problemas en relación con la nueva sucursal que se desea a abrir en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena.

G. RESULTADOS

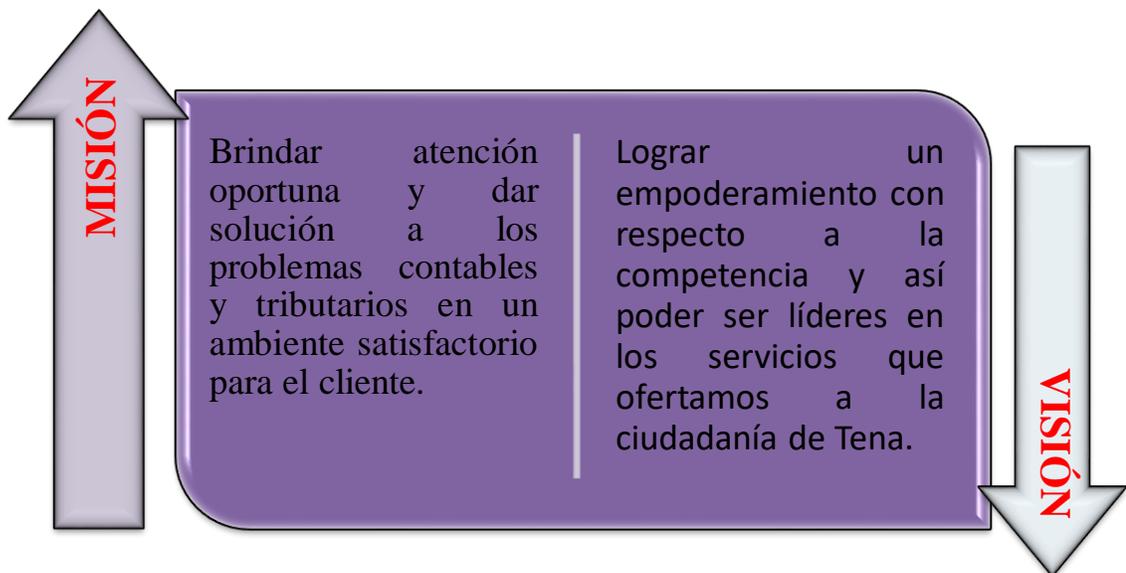
7.1 Resultado del Objetivo 1

La propietaria del negocio aceptó mediante un documento el desarrollo del trabajo de investigación curricular facilitando la investigación. **(Ver anexo 3)**

- ✚ Efectuar un diagnóstico situacional de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango mediante la herramienta de análisis FODA.

En contexto, para el resultado de este objetivo se analizó aspectos internos y externos que influyen de manera directa e indirecta al negocio propiciando así la matriz FODA que determinarán el rumbo aceptable de la microempresa.

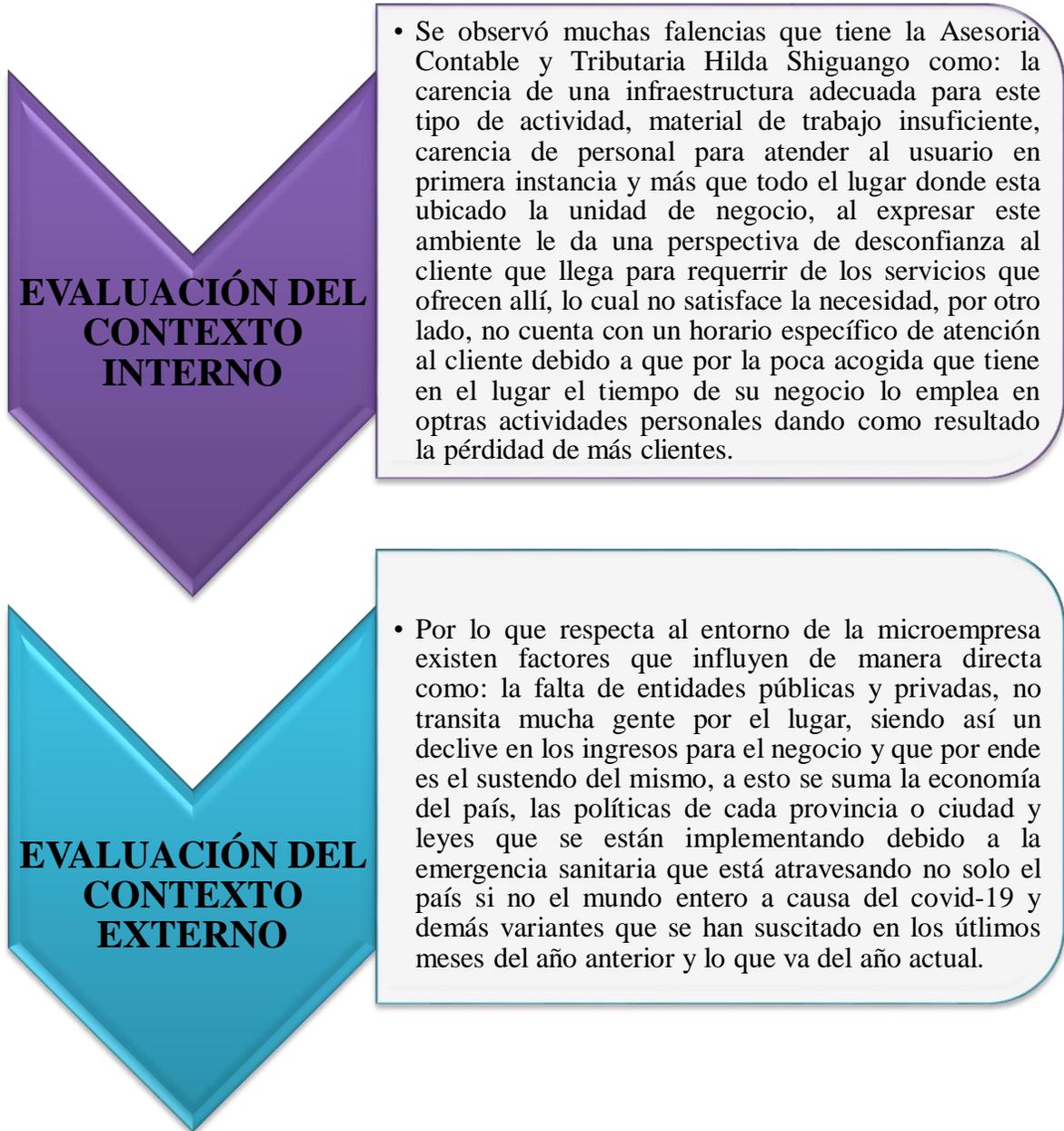
Gráfico 7. Misión y Visión



Fuente: (2023).

7.1.2 Estudio situacional

Gráfico 8. Análisis situacional



Análisis FODA

Tabla 2. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocimientos sólidos y profesionales. ✚ Empatía con los clientes que acuden al lugar. ✚ Oferta de servicios de todo tipo de contabilidad y tributación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Creación de una nueva sucursal. ✚ Aumento de las PYMES en los últimos años. ✚ Retorno progresivo a las actividades normales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Mala ubicación para este tipo de negocio. ✚ Condiciones no adecuadas como: decoración e infraestructura para atender un cliente en relación con el tipo de servicio. ✚ Escases de recursos económicos para la apertura de la sucursal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Precios más bajos con los mismos servicios como: anexos, declaraciones, anexos APK, impuestos a la renta, entre otros. ✚ Nuevos cambios hechos por el SRI en cuanto a la denominación del tipo de negocio (RIMPE) ✚ Apertura de nuevas asesorías contables en la ciudad de Tena.

Fuente: (2023)

Tabla 3. Matriz FODA

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold;">EXTERNAS</div> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: 2em; margin: 0;">/</p> <p style="font-weight: bold; margin: 0;">INTERNAS</p> </div> </div>		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocimientos sólidos y profesionales. ✚ Empatía con los clientes que acuden al lugar. ✚ Oferta de servicios de todo tipo de contabilidad y tributación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Mala ubicación para este tipo de negocio. ✚ Condiciones no adecuadas para atender a un cliente en relación con el tipo de servicio. ✚ No existe un control riguroso de los expedientes de los clientes.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F - O	ESTRATEGIAS D - O	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Creación de una nueva sucursal. ✚ Aumento de las PYMES en los últimos años. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Aplicar los conocimientos contables para un 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Mejorar la infraestructura y decoración de la nueva sucursal. 	

<ul style="list-style-type: none"> Retorno minucioso a las actividades normales debido a la pandemia covid-19. 	<ul style="list-style-type: none"> trabajo eficaz y eficiente. Brindar la atención necesaria a los nuevos clientes. Facilitar el trabajo de los clientes en cuanto a asuntos tributarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir en el desarrollo de las PYMES Contratar uno o dos trabajadores (a).
AMENAZAS	ESTRATEGIAS F - A	ESTRATEGIAS D - A
<ul style="list-style-type: none"> Precios más bajos con los mismos servicios como: anexos, declaraciones, anexos APK, impuestos a la renta, entre otros. Nuevos cambios hechos por el SRI en cuanto a la denominación del tipo de negocio (RIMPE). Apertura de nuevas asesorías contables en la ciudad de Tena. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecer los servicios contables necesarios a nuestros clientes. Realizar un estudio al nuevo régimen y ampliar conocimientos. Dinamizar los servicios contables mediante redes y otros medios. 	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacer el servicio del cliente. Determinar si el propietario pertenece al nuevo régimen RIMPE emprendedor o RIMPE negocio popular. Capacitar al personal en temas tributarios y atención al cliente.

Fuente: (2023).

7.2 Resultado del objetivo 2

Se aplicó una encuesta dirigida a la ciudadanía de Tena para conocer el nivel de aceptación de la aceptación y factibilidad de una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena y la frecuencia con la que visitan la misma, donde se diseñó 10 preguntas (**Ver anexo 2**) que estuvieron basadas en la escala de Likert en cuanto a ítems de respuestas de acuerdo con las variables que propone el mismo.

- Determinar el nivel de aceptación de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena, a través de herramientas de investigación.

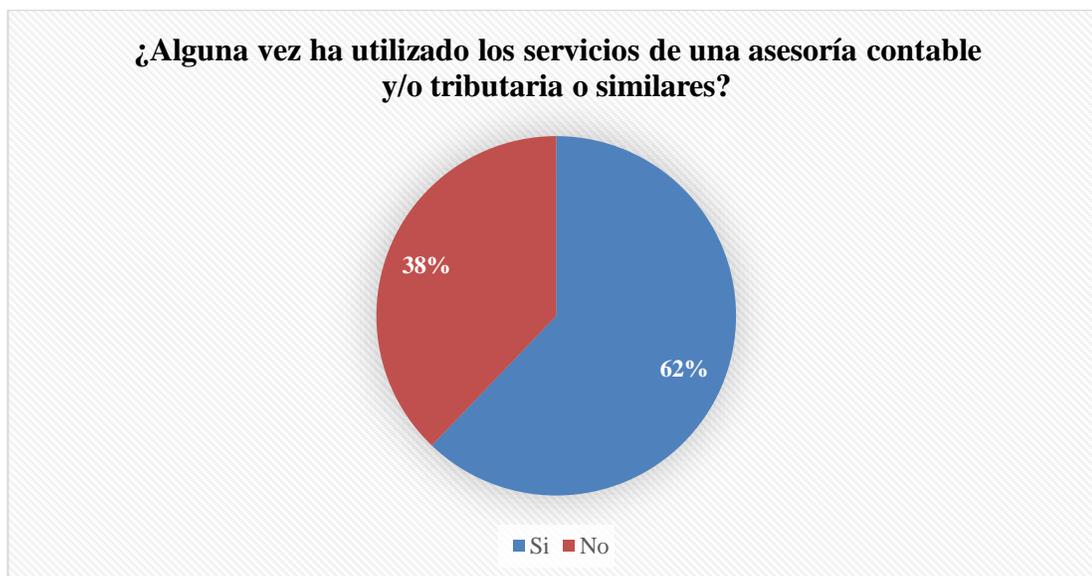
En cuanto a los resultados arrojados por la aplicación de las preguntas a la zona urbana de la ciudad de Tena, se aplicó a la muestra de 378 personas. Los resultados son los siguientes:

1. **¿Alguna vez ha utilizado los servicios de una asesoría contable y/o tributaria o similares?**

Tabla 4. Utilización de Servicios contables y tributarios

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	235	62,17%
No	143	37,83%
Total	378	100%

Gráfico 9.



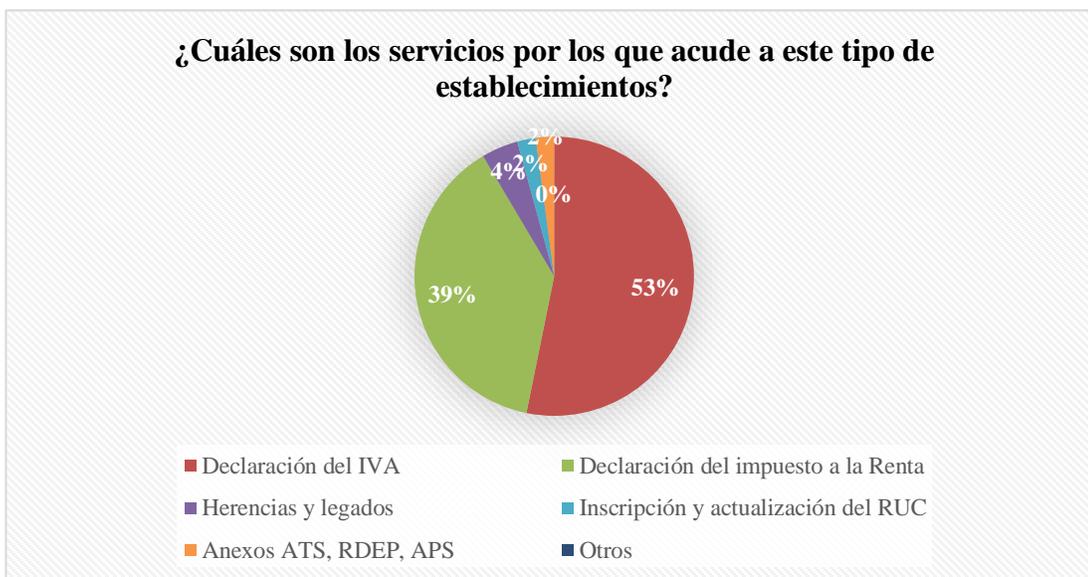
Interpretación: De acuerdo al gráfico 8 se alude que del total de 378 personas encuestadas de la zona urbana de la Ciudad de Tena, el 62% han utilizado una asesoría contable, tributaria o similar para poder cumplir con sus obligaciones de pagar tributos al estado en base a algún tipo de actividad económica que poseen, y un 38% dice que no ha utilizado. Por lo tanto, hay un índice considerable en cuanto a este tipo de negocio.

2. ¿Cuáles son los servicios por los que acude a este tipo de establecimientos?

Tabla 5. Servicios de la asesoría

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje %
Declaración del IVA	125	53,19%
Declaración del impuesto a la Renta	90	38,30%
Herencias y legados	10	4,26%
Inscripción y actualización del RUC	5	2,13%
Anexos ATS, RDEP, APS	5	2,13%
Otros	0	0,00%
Total	235	100,00

Gráfico 10.



Interpretación: De acuerdo al gráfico 9, se puede afirmar que de un total de 378 personas que han respondido a la encuesta sobre los servicios por lo que acude a este tipo de actividad que oferta un profesional en la zona urbana de Tena el 53% acude para realizar declaración del IVA, 39% por declaración del impuesto a la renta, el 4%

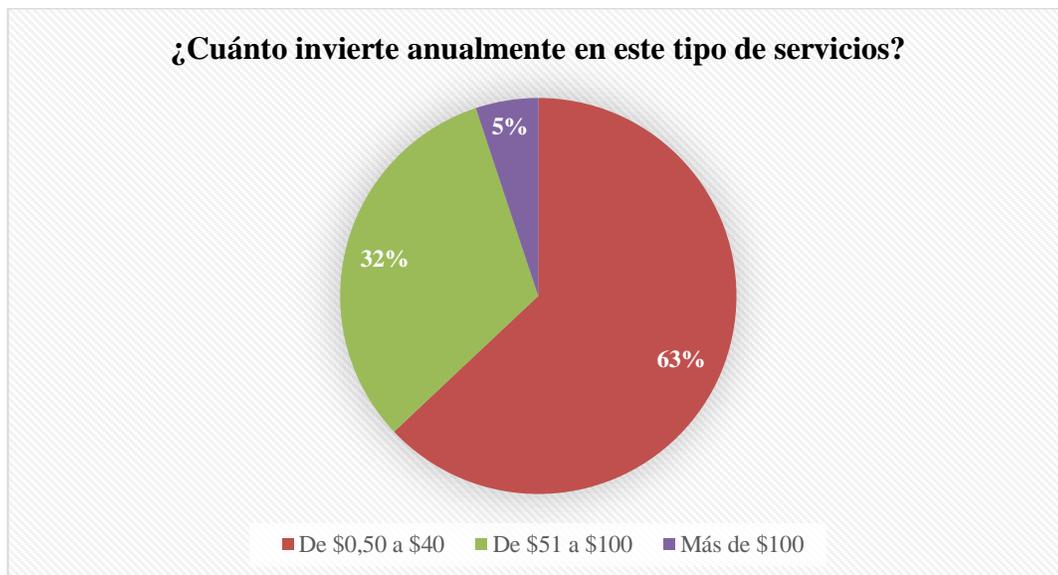
por herencias y legados, el 2% por inscripción y actualización del RUC, el 2% anexos (ATS-RDEP-APS).

3. ¿Cuánto invierte anualmente en este tipo de servicios?

Tabla 6. Inversión anual

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje %
De \$0,50 a \$40	148	62,98%
De \$51 a \$100	75	31,91%
Más de \$100	12	5,11%
Total	235	100,00

Gráfico 11.



Interpretación: De acuerdo al gráfico 10, se alude que el 63% de encuestados gasta entre \$0,50 a \$40; el 32% de \$51 a \$100; el 5% más de \$100; todo esto es anualmente.

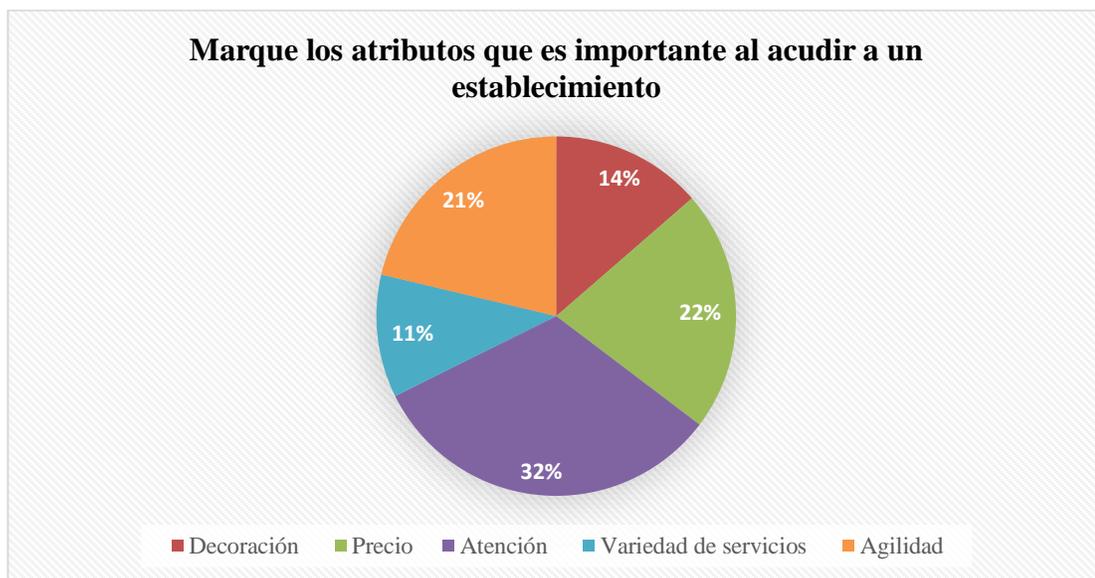
Este tipo de gasto se da de acuerdo al negocio o a la actividad que posee cada persona porque su declaración la hace mensual, semestral o anual.

4. Marque los atributos que es importante al acudir a un establecimiento

Tabla 7. Atributos importantes

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje %
Decoración	32	14%
Precio	51	22%
Atención	76	32%
Variedad de servicios	26	11%
Agilidad	50	21%
Total	235	100,00

Gráfico 12.



Interpretación: De acuerdo al gráfico 11, se observa que el 32% (76) de los encuestados en relación con la zona urbana de la ciudad de Tena consideran que, es

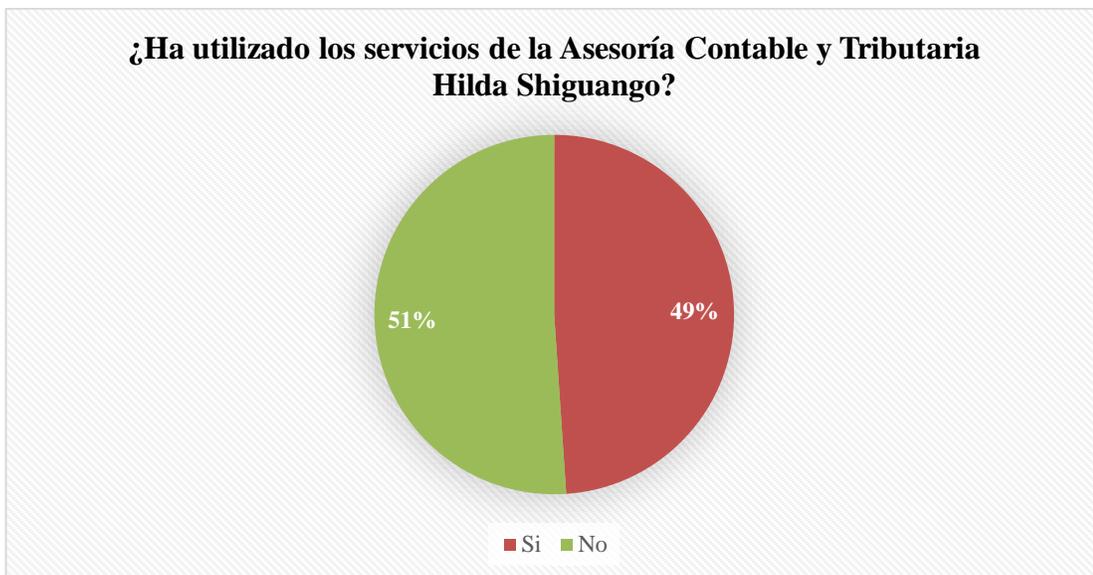
importante la atención que presta un establecimiento a sus usuarios o clientes, el 22% el precio, el 21% la agilidad, 14% la decoración y el 11% la variedad de servicios; convirtiéndose en un papel fundamental este aspecto sin tomar en consideración los demás atributos.

5. ¿Ha utilizado los servicios de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango?

Tabla 8. Uso de servicios en la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje %
Si	115	49%
No	120	51%
Total	235	100%

Gráfico 13.



Interpretación: De acuerdo al gráfico 12, del total de las 235 personas encuestas el 49% si utiliza los servicios de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango, el

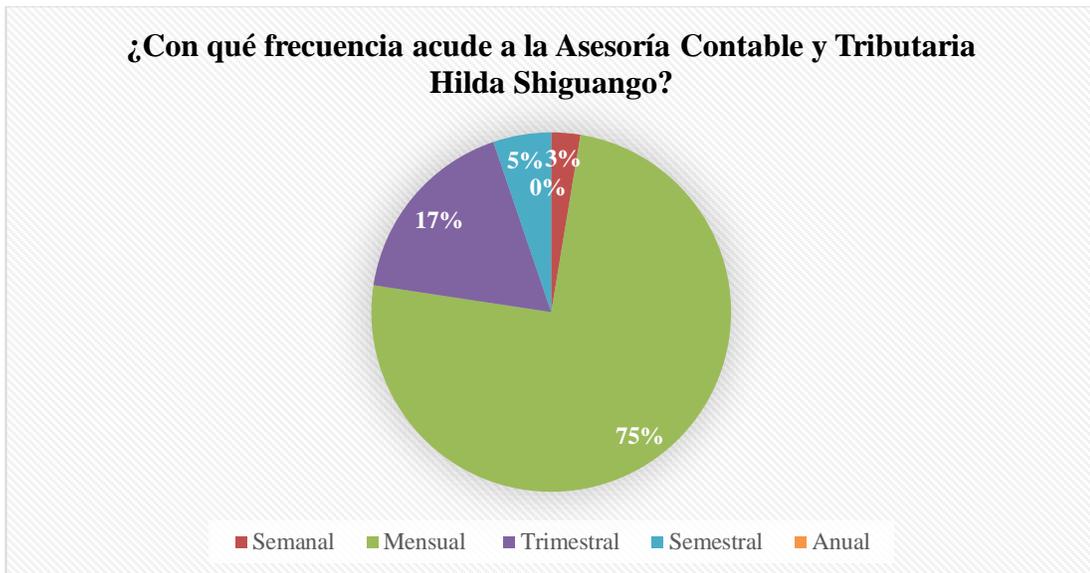
51% dice que no. Éste último de mayor porcentaje puede ser a la ubicación en la que se encuentra la microempresa.

6. ¿Con qué frecuencia acude a la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango?

Tabla 9. Frecuencia de visita

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje %
Semanal	3	3%
Mensual	86	75%
Trimestral	20	17%
Semestral	6	5%
Anual	0	0%
Total	115	100,00

Gráfico 14.



Interpretación: De acuerdo al gráfico 13, se observa que el 75% (86) de los individuos encuestados en la zona urbana de Tena, acuden a la microempresa mensualmente, el

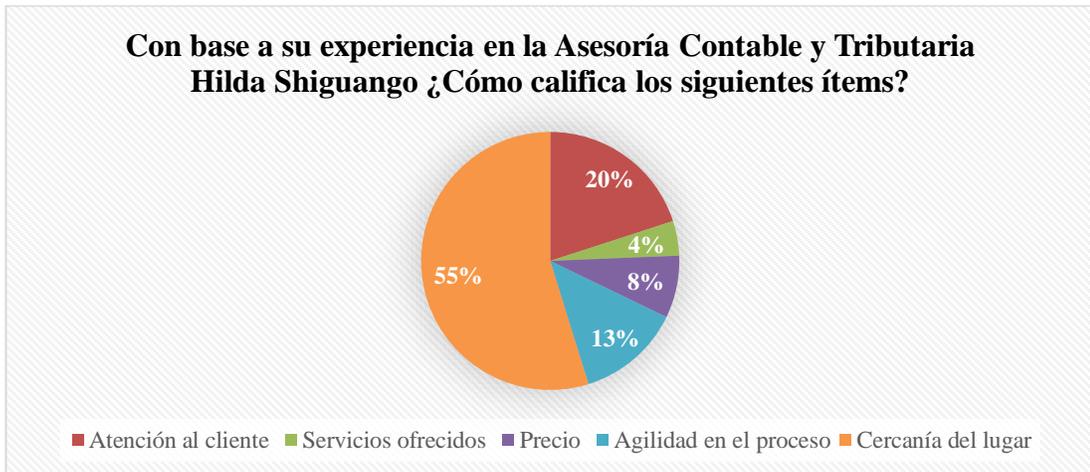
17% trimestral, el 5% semestral, y el 3% semanal en la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango. Este escenario se da porque la mayoría de contribuyentes lleva un registro contable para sus ingresos y egresos ya que el fisco así lo estipula en la ley de régimen tributario.

7. Con base a su experiencia en la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango ¿Cómo califica los siguientes ítems?

Tabla 14. Nivel de satisfacción

Indicadores	Calificación	Frecuencia	Porcentaje %
Atención al cliente	Muy satisfecho	23	20%
Servicios ofrecidos	Muy insatisfecho	5	4%
Precio	Neutro	9	8%
Agilidad en el proceso	Satisfecho	15	13%
Cercanía del lugar	Insatisfecho	63	55%
Total		115	100,00

Gráfico15.



Interpretación: De acuerdo al gráfico 14, se puede decir que el 55% de las personas encuestadas en la zona urbana de la ciudad de Tena dice que califica el ítem de “cercanía del lugar” como (insatisfecho) en el que se encuentra la Asesoría Contable y

Tributaria Hilda Shiguango, siendo un índice alto ya que las que acuden al negocio son clientes del sector, el 20% atención al cliente como (muy satisfecho), el 13% agilidad en el proceso como (satisfecho), el 8% precio como (neutro) y el 4% servicios ofrecidos como (muy insatisfecho).

8. ¿Qué busca al contratar servicio contable, tributario, financiero y de asesoría?

Tabla 11. Requerimiento de los usuarios del servicio

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje %
Información veraz y oportuna	20	17%
Control imparcial	10	9%
Confidencialidad	55	48%
Asesoría legal actualizada	15	13%
Trabajo organizado	5	4%
Servicio inmediato y personalizado	10	9%
Total	115	100,00

Gráfico 16.



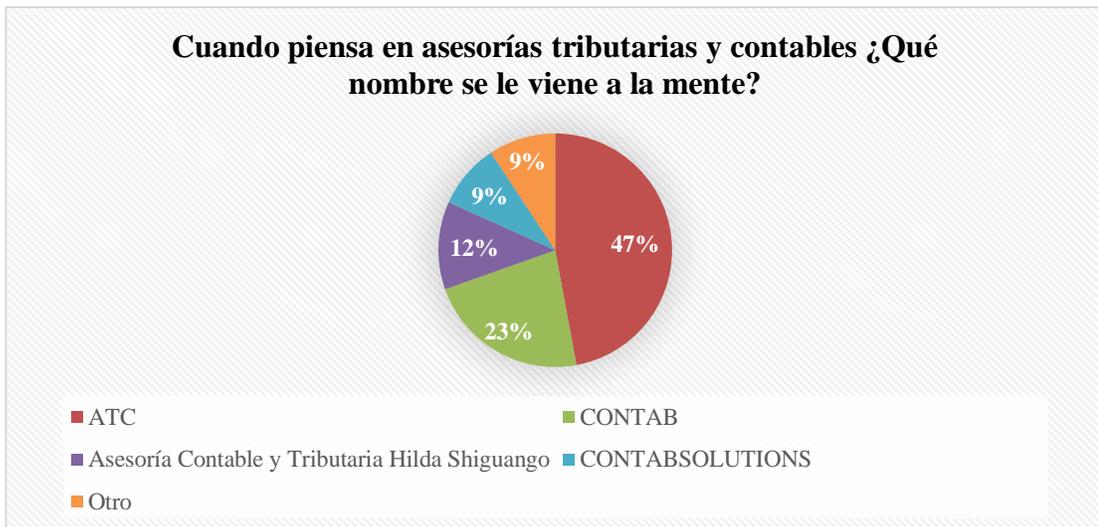
Interpretación: De acuerdo al gráfico 15, se alude que de las personas encuestadas el 48% (55) valora o busca que haya confidencialidad en cuanto a datos, servicios o información personal de cada usuario al contratar un servicio contable, el 17% información veraz y oportuna, 13% asesoría legal actualizada, el 9% servicio inmediato y personalizado y control imparcial, y por último el 4% trabajo organizado.

9. Cuando piensa en asesorías tributarias y contables ¿Qué nombre se le viene a la mente?

Tabla 12. Posicionamiento de la Asesoría

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
ATC	178	47
CONTAB	85	23
ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO	46	12
CONTABSOLUTIONS	34	9
Otro	35	9
Total	378	100%

Gráfico 17.



Interpretación: En base al gráfico 16, del total de personas encuestadas se observa que el 47% (178) identifica con gran diferencia a la Asesoría Tributaria y Contable

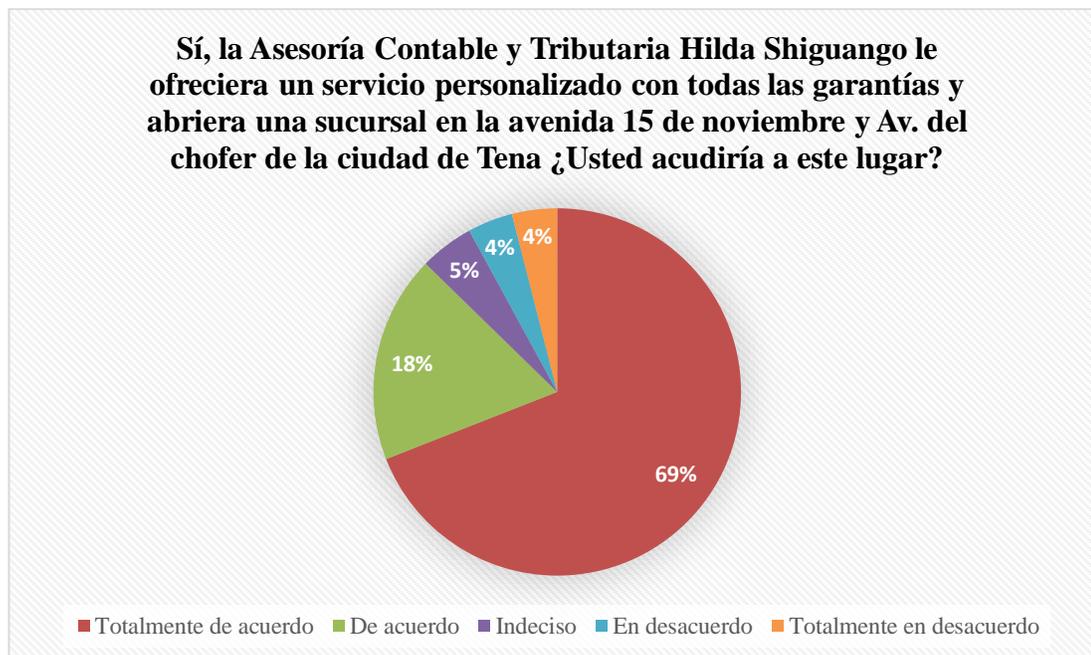
ATC, ésta sería la principal competencia del objeto en estudio, y se deduce a que está ubicada en un área comercial, tiene mucha publicidad o ya tiene una amplia trayectoria en el mercado local, el 23% reconoce a CONTAB, el 12% identifica a la Asesoría tributaria y contable Hilda Shiguango, es decir que su nivel de posicionamiento está en tercer lugar, y el (9%) se inclina por CONTABSOLUTIONS u otros.

10. Sí, la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango le ofreciera un servicio personalizado con todas las garantías y abriera una sucursal en la avenida 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena ¿Usted acudiría a este lugar?

Tabla 13. Apertura de una sucursal en la av. 15 de noviembre

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	261	69
De acuerdo	69	18
Indeciso	18	5
En desacuerdo	15	4
Totalmente en desacuerdo	15	4
Total	378	100%

Gráfico 18.



Interpretación: Como se puede observar en el gráfico 17, de un total de 378 personas encuestadas que corresponden al área urbana de la ciudad Tena el 69% (261) está “totalmente de acuerdo” en que, si la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango ofreciera un servicio personalizado, con garantías de trabajo y abriera una sucursal en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena acudirían al lugar. Y el 18% (69) está de acuerdo. Siendo determinante para la toma de decisiones de la microempresa por parte de la propietaria.

7.3 Resultado del objetivo 3

- ✚ Proponer estrategias comerciales para la apertura de una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la ciudad de Tena.

Para efectuar este objetivo se desplegó estrategias comerciales con el fin de captar nuevos clientes y para los que ya forman parte se sientan confiados de los servicios que se ofrecen en la microempresa, en base a los resultados estimados y

obtenidos ya que es una determinante fundamental para la toma de decisiones por parte de la propietaria.



ESTRATEGIAS COMERCIALES

PARA LA ASESORÍA

CONTABLE Y TRIBUTARIA

HILDA SHIGUANGO

Symbol	Price	Change
Rob zells	40.62	
Rob zells health	12.17	11.82
Rob zells property	65.25	64.55
Rob zells software	9.25	9.50
Rob zells telecom	26.15	26.50

¿Quiénes somos?

La Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango es una microempresa que comenzó sus actividades hace más de 10 años en el Barrio las Playas de la Ciudad de Tena, ofreciendo servicios a toda la ciudadanía en relación a los tributos y declaraciones que una o más personas deben pagar al estado por algún tipo de negocio o servicio que prestan con el fin de llevar un registro cronológico y a tiempo y no generen multas ni sanciones a los mismos.

Misión

Brindar atención oportuna y dar solución a los problemas contables y tributarios en un ambiente satisfactorio para el cliente.

Visión

Lograr un empoderamiento con respecto a la competencia y así poder ser líderes en los servicios que ofertamos a la ciudadanía de Tena.

Servicios ofertados:

El servicio que ofrece la asesoría en estudio a la ciudadanía del Tena son los siguientes: asesoría gratuita, declaraciones, impuesto a la renta, anexos APK, balance inicial y final de una empresa, etc. Todo esto ayudará al buen manejo, pagos puntuales y sobre todo es la imagen de un ciudadano cumpliendo con el deber de pagar tributos al Estado ecuatoriano para así contribuir al desarrollo del mismo con las actividades que han decidido emprender en los siguientes ámbitos: salud, alimentación, bienes y servicios.

Mercado:

La Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango ofrece sus servicios a las personas que tienen un negocio o alguna actividad económica de lo que respecta a la población de Tena. En efecto, este mercado abarca la comercialización de productos denominados servicios, en los cuáles el consumidor no puede adquirir propiedad del bien, ya sea

porque sólo compra la prestación del servicio; por ejemplo, si va a hacer una declaración mensual para pagar un tributo al estado ecuatoriano o si usa para comunicarse un teléfono público. También se puede dar el caso porque se recibe un servicio de forma intangible como el caso de los servicios educativos.

Análisis del cliente

El cliente es la base fundamental de todo negocio, por ende, hay que ofrecerle todas las garantías y facilidades que requiera en cuanto al trámite que va a realizar para poder así crecer exitosamente.

La competencia

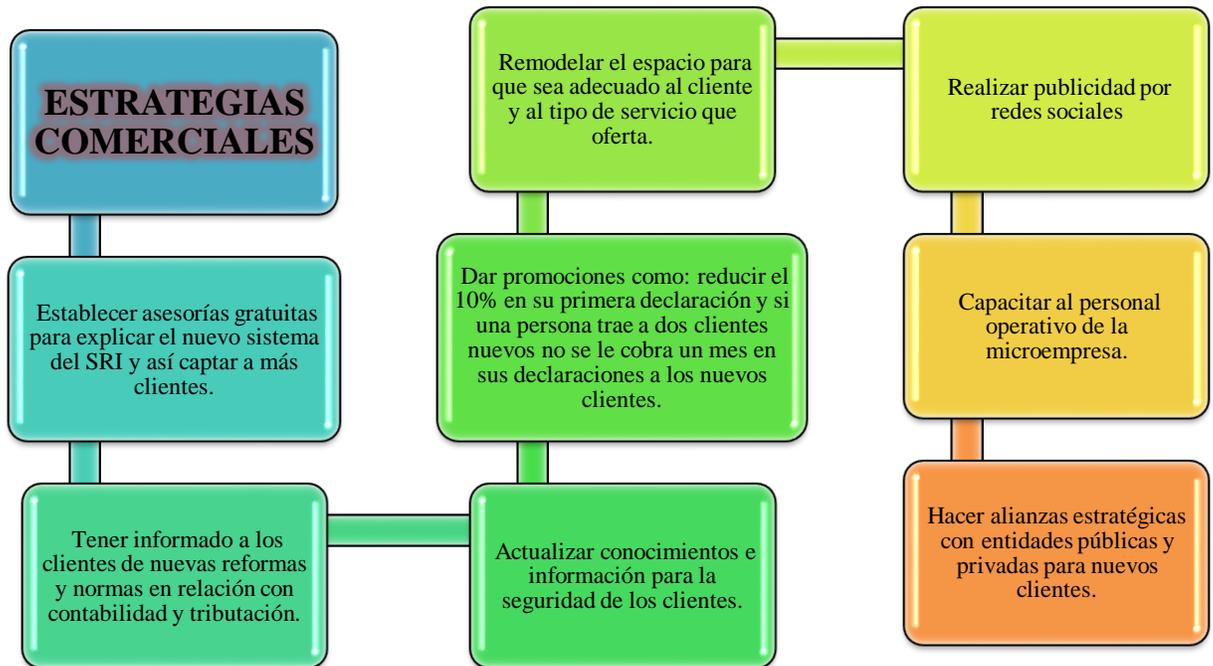
Son aquellas personas que ofrecen similares productos, servicios o bienes con el fin de captar más clientes que otros individuos, es por ello que la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango ha desarrollado las siguientes estrategias comerciales con el fin de mantenerse y superar las expectativas en el mercado local frente a otras asesorías.

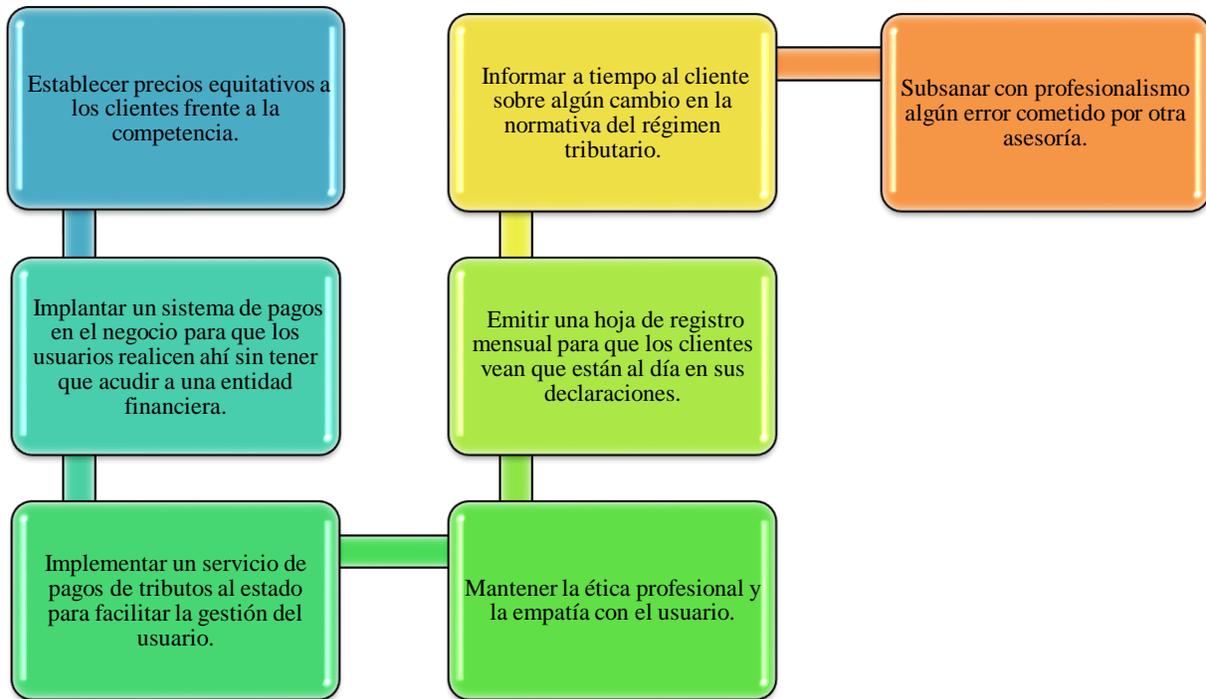
Recursos:

Se detalla en la siguiente tabla:

Cantidad	Detalle	Precio unitario	Total
1	Arriendo en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer	600,00	600,00
3	Computadoras de mesa	450,00	1.350,00
10	Resmas de papel bon para impresión	3,50	35,00
2	Impresoras	390,00	780,00
3	Escritorios	210,00	630,00
4	Archivadores	40,00	160,00
200	Carpetas plásticas de colores (cada 100)	35,00	70,00
50	Folders para empresas	3,10	155,00
40	Suministros de oficina (clips, separadores, grapas, hojas de apuntes, etc.)	2,50	100,00

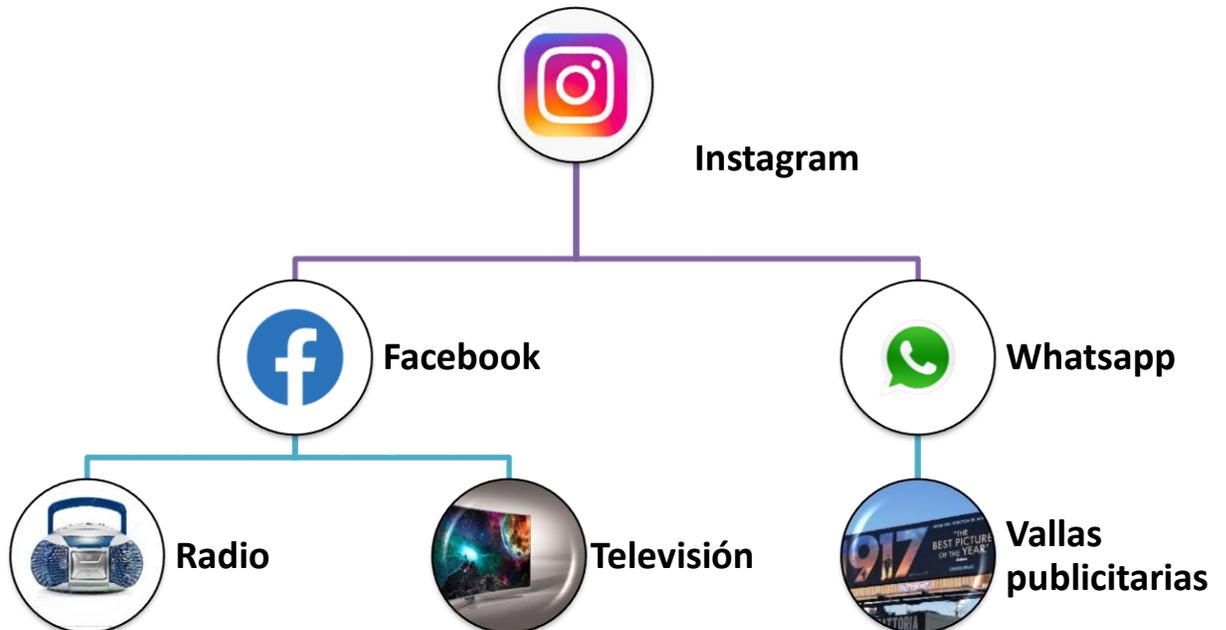
4	Grapadoras	4,50	18,00
5	Perforadoras de papel	5,50	27,50
2	Muebles de oficina	85,00	170,00
3	Sillas de escritorios	45,50	136,50
3	Calculadoras	9,50	28,50
1	Auxiliar contable (sueldo básico/3 meses)	425,00	1.275,00
Total			\$5.535,50





Fuente: (2023)

Medios de difusión



Fuente: (2023).

Medios que se utilizarán

- ✚ Instagram (gratis)
- ✚ WhatsApp (gratis)
- ✚ Facebook (pagada)
- ✚ Televisión (pagada)
- ✚ Radio (pagada)

Gastos de Publicidad:

Tipo de publicidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
WhatsApp	Internet Netlife	22,00	22,00
Instagram			
Facebook	Anuncios en página principal (3 meses)	2,25	6,75
Televisión	Cinco veces en el año	70,00	350,00
Radio	Siete veces en el año	35,00	245,00
Valla publicitaria	Se paga una mensualidad (6 meses)	125,00	750,00
Sub Total			\$1.373,75
Imprevistos 10%			\$137,38
TOTAL			\$1.511,13

RUBROS TOTALES

Costo estratégico	Detalle	Costo total
Recurso humano	Sueldo básico (3 meses)	1.275,00
Recurso material	Sumatoria de los recursos materiales	2.130,50
Recurso tecnológico	Sumatoria de los recursos tecnológicos	2.747,00
Servicios básicos	Agua (\$7), luz (\$28) y teléfono (25) por (12 meses)	720,00
Otros gastos(extras)	Personal	1000,00
Sub Total		\$7.872,50
Imprevistos 10%		\$781,25
TOTAL		\$8.659,75

H. CONCLUSIONES

- ✚ Se efectuó un análisis de los aspectos internos y externos de la microempresa, para establecer de manera concreta las falencias y puntos a favor, mediante el análisis FODA; entre los factores limitantes se encuentra: la mala ubicación del negocio, condiciones no adecuadas como: decoración e infraestructura para atender un cliente, escasez de recursos económicos para la apertura de la sucursal; además, contar con precios más altos que la competencia; nuevos cambios hechos por el SRI en cuanto a la denominación del tipo de negocio (RIMPE) y apertura de nuevas asesorías contables en la ciudad de Tena.
- ✚ De una población de 23.307 habitantes con respecto a la zona urbana de la Ciudad de Tena se aplicó una encuesta mediante redes sociales a 378 personas, en la que se determina que el 62% (235) de los encuestados ha utilizado una asesoría contable en la ciudad, en cuanto al nivel de posicionamiento en el mercado la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango mantiene tan solo el 12% (46), sin embargo, el 69% (261) está “totalmente de acuerdo” en que la Asesoría Contable y Tributaria de apertura a una sucursal en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena.
- ✚ Se analizó la factibilidad comercial de la Asesoría, se definió estrategias concretas que fue fundamentada en la investigación en la que se identificó aspectos importantes para posicionar la marca, tales como: la competencia, el posicionamiento de la asesoría, la intención del público de utilizar el servicio. Se pretende realizar descuentos y establecer asesorías gratuitas para explicar el nuevo sistema del SRI e implantar un sistema de pagos en el negocio para que los usuarios no acudan a una entidad financiera.

I. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda tanto al propietario como a las personas a contratar, mantener un conocimiento amplio de los sistemas financieros y contables, para brindar un servicio eficiente a los clientes de esta manera obtener la demanda suficiente que ayude a mejorar y subir el status económico.
- ✚ Abrir una sucursal de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la av. 15 de noviembre y av. Del chofer ya que el 69% (261) está “totalmente de acuerdo”. Lugar en la que se maneje información veraz y oportuna con mucha confidencialidad de parte del propietario esto como una estrategia fundamental para la preferencia del cliente.
- ✚ Aplicar las estrategias propuestas (establecer asesorías gratuitas para explicar el nuevo sistema del SRI y así captar a más clientes, capacitar al personal operativo de la microempresa y realizar publicidad por redes sociales); que son las principales fuentes de atracción de clientes nuevos.

J. BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Borrego et al., A. (2010). Herramienta para superar el dilema gerencial: Toma de decisiones o resolución de problemas. *Redalyc.org*, 3.
- Aguilar , B. (2011). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Redalyc*, 2.
- Aguilar Valdés et al., A. (2015). DIAGNOSTICO ESTRATEGICO APLICANDO LA METODOLOGIA “UALAE”. CASO:INSTITUTO DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO RURAL A.C. *Redalyc.org*, 1365.
- Arcila et al., G. (2013). Investigación de Mercado para el desarrollo y comercialización de un dispositivo móvil para la recargade equipos electrónicos usados por motociclistas. *Redalyc.org*, 509.
- Argote et al., E. (2013). Investigación de mercado sobre el grado de aceptación de mermelada de cocona en. *Redalyc.org*, 198.
- Bernal , C. A. (2010). *Metodología de la investigación* . Bogotá: Pearson .
- Cholet, M. (2016). *Estrategia Comercial* . Obtenido de <https://ocw.ehu.eus/file.php/131/marketing/tema-4-objetivos-y-estrategias/tema-4.pdf>
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. (21 de Agosto de 2018). Del Objetivo y Ambito de Aplicación. Quito, Ecuador.
- Corona Martínez et al., L. A. (2017). Algunos apuntes generales sobre el problema de investigación. *Redalyc.org*, 427.
- Coulter , R. (2010). *Administración* . México : Pearson .
- do Nascimento Sousa et al., E. (2017). EL ANÁLISIS DE CONTENIDO EN LAS INVESTIGACIONES TURÍSTICAS EN BRASIL. *Redalyc.org*, 44.
- GADM TENA. (17 de Diciembre de 2011). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena* . Obtenido de <https://www.tena.gob.ec/index.php/tena/datos-estadisticos>
- Guanipa Pérez, M. (2011). Investigación cuantitativa y cualitativa: interdependencia del métodoRevista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social, vol. 6, núm. *Redalyc.org*, 3.

- Hernández & Rodríguez , S. (2011). *Intrducción a la Administración* . México : McGRAW-HILL.
- Izquierdo Maldonado, C. (2011). Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas. *Redalyc.org*, 42.
- LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (20 de Octubre de 2008). Sistema económico y política económica . Montecristi, Manabi, Ecuador.
- Macías Bestard et al., C. (2011). ALGUNAS CONSIDERACIONES TEÓRICAS SOBRE EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. *Redalyc.org*, 6.
- Marrero Hernández et al., R. A. (2015). Modelo de diagnóstico de procesos aplicado en la comercializadora de artículos ópticos. *Redalyc.org*, 32.
- Medina Castillo et al., B. (2012). LA MEDICIÓN DE DATOS CUALITATIVOS, UNA TENDENCIA EN INVESTIGACIÓN SOCIAL: ANÁLISIS DEL CASO DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN, UNIDAD CULIACÁN. *Redalyc.org*, 290.
- Mirabal Martínez y Piña, A. (2012). La toma de decisiones como proceso incidente en materia motivacional. *Redalyc.org*, 10.
- Mora, Vera , E. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Redalyc*, 80.
- Remuzgo, F. (julio de 2005). *Diagnostico Situacional*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>
- Rodríguez Castillo, E. (2010). APLICACIÓN DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN EL CENTRO DE INVESTIGACIONES DEL NÍQUEL. *Redalyc.org*, 2.
- Rodriguez, M. (2019). *Estrategia Comercial* . Obtenido de SEO : <https://www.seoenmexico.com.mx/blog/estrategia-comercial/>
- Ruiz Palmero , J. (2011). Herramientas para la investigación en Tecnologías de la Información y la Comunicación. Casos de estudio. *Redalyc.org*, 3.
- Salazar , T. (2013). Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades en el INCES penitenciario región Los. *Redalyc*, 396.
- Silva, D. D. (Diciembre de 2020). *Guia para construir una estrategia comercial*.

- Tinto Arandes, J. A. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Redalyc.org*, 139.
- Valencia et al., A. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Redalyc.org* , 81.
- Zikmund y Babin, W. G. (2010). *Investigación de mercados*. México: Cengage learning.

K. ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de autorización para realizar la investigación

Tena, 12 de diciembre del 2021

Sra. Hilda Fanny Shiguango Tapuy

GERENTE DE "ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO"

De mi consideración. –

Yo, **INTY MARITZASHIGUANGO TAPUY** portadora de la cédula **1500693294**, estudiante del **INSTITUTO TECNOLÓGICO TENA DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**, solicito comedidamente autorice a quien corresponda, se realice el trabajo de Integración Curricular (TIC) denominado "Nivel de factibilidad para la apertura de una sucursal de la asesoría contable y tributaria Hilda Shiguango en la av. 15 de noviembre y av. del chofer de la ciudad de Tena", en su prestigioso local con fines estrictamente académicos a fin de obtener la información necesaria como parte del proceso de investigación por lo tanto servirá como medio de consulta en aporte al área académica y empresarial para el desarrollo como tal.

Desde ya agradezco su gentileza ante la petición escrita.



Atentamente

Inty Maritza Shiguango Tapuy


Recibido
12-12-2021

Anexo 2. Encuesta aprobada



INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA
Tecnología, Innovación y Desarrollo

ENCUESTA DE FACTIBILIDAD COMERCIAL PARA LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO

OBJETIVO: La presente encuesta está enfocada a conocer el nivel de aceptación de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la avenida 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena. De antemano agradezco su colaboración y responda con sinceridad. La información obtenida será usada con fines académicos.

1. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios de una asesoría contable y/o tributaria similares?

- Sí
- No

Si su respuesta es negativa pase a la última pregunta.

2. ¿Cuáles son los servicios por los que acude a este tipo de establecimientos?

- Declaración del IVA
- Declaración del impuesto a la Renta
- Herencias y legados
- Inscripción y actualización del RUC
- Anexos ATS, RDEP, APS
- Otros (especifique) _____

3. ¿Cuánto invierte anualmente en este tipo de servicios?

- De \$0,50 a \$40
- De \$51 a \$100
- Más de \$100

4. Marque los atributos que es importante al acudir a un establecimiento.

- Decoración
- Precio
- Atención
- Variedad de servicios
- Agilidad

5. ¿Ha utilizado los servicios de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango?

- Sí
- No

Si su respuesta es negativa pase a la pregunta final.

6. ¿Con qué frecuencia acude a la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual



**7. Con base a su experiencia en la Asesoría contable y tributaria Hilda Shiguango
¿Cómo califica los siguientes aspectos?**

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutro	Satisfecho	Muy satisfecho
Atención al cliente					
Servicios ofrecidos					
Precio					
Agilidad en el proceso					
Cercanía del lugar					

8. ¿Qué busca al contratar servicio contable, tributario y financiero y de asesoría?

- Información Veraz y Oportuna
- Control Imparcial
- Confidencialidad
- Asesoría legal actualizada
- Trabajo organizado
- Servicio inmediato y personalizado

9. Cuando piensa en asesorías tributarias y contables ¿qué nombre se le viene a la mente?

- ATC
- CONTAB
- Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango
- CONTABSOLUTIONS
- Otro

10. Si la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango le ofreciera un servicio personalizado con todas las garantías y abriera una sucursal en la avenida 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena ¿Usted acudiría a este lugar?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo



Firmado
digitalmente por
DIANA SAMANDA
QUILUMBA
SHIGUANGO

VALIDADO POR:

Ing. Quilumba Shiguango Diana Samanda
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR (TIC)**



Firmado digitalmente por
**BETTY ALEXANDRA
JARAMILLO
TITUBANA**

APROBADO POR:

Ing. Betty Jaramillo Mg.
**DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR (TIC)**

Anexo 3. Aceptación del trabajo investigativo

Tena, 15 de diciembre del 2021

Sra. Inty Maritza Shiguango Tapuy

ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN.

Presente. –

Ante lo solicitado a mi persona, **HILDA FANNY SHIGUANGO TAPUY** portadora de la cédula 1500463532, Gerente de Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango de la ciudad de Tena. Autorizo realizar la ejecución de su tema de TIC en esta área de trabajo, con su tema: “Nivel de factibilidad para la apertura de una sucursal de la asesoría contable y tributaria Hilda Shiguango en la av. 15 de noviembre y av. del chofer de la ciudad de Tena”.

Con el principal objetivo de que sirva como análisis en la toma de decisiones en la parte administrativa aportando al área empresarial y como también a su parte académica.



Atentamente
Hilda Fanny Shiguango Tapuy
GERENTE

Anexo 4. Captura de pantalla encuesta aplicada en línea a 378 habitantes

The screenshot shows a web browser window with two tabs: 'Recibidos (244) - intymaritza02' and 'ENCUESTA DE FACTIBILIDAD PARA...'. The address bar shows the URL: docs.google.com/forms/d/1fwYk7-s9xKHN_ZUqixOHqQZ-7so-qRFk2wGz38nsok/edit. Below the browser, the Google Forms interface is visible. At the top, there are three tabs: 'Preguntas', 'Respuestas' (with a badge showing 378), and 'Configuración'. The main content area is titled 'Sección 1 de 5' and contains the following text:

ENCUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA ASESORÍA CONTABLE Y TRIBUTARIA HILDA SHIGUANGO

OBJETIVO: La presente encuesta está enfocada a conocer la aceptación de la Asesoría Contable y Tributaria Hilda Shiguango en la Av. 15 de noviembre y Av. del chofer de la ciudad de Tena. De antemano agradezco su colaboración y responda con sinceridad. La información obtenida será usada con fines académicos.

1. ¿Alguna vez ha utilizado los servicios de una asesoría contable y/o tributaria o similares?

Sí

No