



ITSEP

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD

Formación Emprendedora y Empresarial

Caso Práctico – Examen Complexivo

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DE SERVICIOS CONTABLES PERSONALIZADOS “CONTABIT” EN EL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

AUTOR/ES

QUIGUANGO SIMBAÑA TATIANA JAQUELINE

TUTOR

Ing. Omar Vinueza M.B.A.

CIUDAD

Quito, D.M.

AÑO

2026

**PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN POR EL
TRIBUNAL**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE SERVICIOS CONTABLES PERSONALIZADOS
“CONTABIT” EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

PROPONENTE

QUIGUANGO SIMBAÑA TATIANA JAQUELINE

APROBADO POR:

Firma: _____

Evaluator 1

Firma: _____

Evaluator 2

Firma: _____

Tutor de trabajo de titulación

Firma: _____

Coordinador Académico

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN POR EL TUTOR

Señora Magíster

Vicerrectora Académica

Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: **Plan de negocios para la creación de una microempresa de servicios contables personalizados “Contabit” en el Distrito Metropolitano de Quito**, realizado por **Tatiana Jaqueline Quiguango Simbaña**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución; por tanto, se aprueba la presentación del mismo.

D. M. Quito, _____ de 2026

f) _____

Ing. Omar Vinueza, M.B.A.

Tutor de trabajo de titulación

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Tatiana Jaqueline Quiguango Simbaña**, declaro ser autora del presente trabajo de titulación: **Plan de negocios para la creación de una microempresa de servicios contables personalizados “Contabit” en el Distrito Metropolitano de Quito**; por tanto, eximo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Yo, **Tatiana Jaqueline Quiguango Simbaña**, identificada con C.C. N.º _____, autora del presente trabajo de titulación, presentado y aprobado en el año 2026 como requisito para optar al título de Tecnóloga Superior en Administración, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad para que, con fines académicos, se utilice esta producción intelectual a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de titulación en la página web del Instituto, en su Centro de Documentación y en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio el Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad.
- Permita la consulta y reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato físico o digital desde CD, internet, intranet o en cualquier formato conocido o por conocer.

Firma

Nombre: Tatiana Jaqueline Quiguango Simbaña

C.C.: _____

AGRADECIMIENTO

Llegar a este punto no fue fácil, y si algo aprendí en estos años es que ningún logro se construye solo. Por eso, estas líneas son para todos los que de una u otra forma estuvieron conmigo en este camino.

A mi mamá y a mi hermana, que siempre fueron mi base. Gracias por cada momento en que me motivaron a seguir, por las tardes en que me preguntaban “¿ya terminaste?” con la mejor intención del mundo y por esas noches en que me esperaban despiertas, acompañándome en la sala. Mi gratitud más profunda y sincera es para mi mamá, porque sin su apoyo incondicional este trabajo simplemente no existiría.

A mis amigos, los de siempre y los que conocí en la carrera. Gracias por entender mis ausencias y por recibirme con los brazos abiertos cada vez que reaparecía.

A mi tutor, por su guía, por su tiempo y por exigirme más de lo que yo misma me exigía. Cada corrección y cada “puedes hacerlo mejor” me hizo crecer como profesional y como persona.

A los docentes de la carrera de Administración, que no solo me dieron herramientas académicas, sino que me ayudaron a formar una visión más amplia de lo que significa gestionar y entender las necesidades de las empresas. Fue precisamente en esas clases donde empecé a ver la importancia de los servicios contables personalizados, y de ahí nació la idea de Contabit.

Al Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad, por ser el lugar donde crecí profesionalmente y donde aprendí tanto dentro como fuera del aula.

Y, por último, gracias a mí: por no rendirme en los momentos más difíciles, por seguir escribiendo cuando ya no quería ver la pantalla y por confiar en que este día iba a llegar.

DEDICATORIA

A mi mamá y a mi hermana, que fueron mi razón para empezar y mi fuerza para terminar.

A mi mamá, que me enseñó que el estudio es la puerta que nadie te puede cerrar y que nunca me dejó olvidar de dónde vengo. Todo lo que he logrado es un reflejo de lo que ella sembró en mí.

A mis amigos, que siempre estuvieron presentes y me dieron ánimo cuando faltaba poco para terminar la carrera.

A mi futuro, porque este trabajo no es el final de nada, sino apenas el principio. Contabit nació de una idea que me apasiona: que los negocios merecen servicios contables que se adapten a ellos, y no al revés.

Y a mí, porque me elegí: elegí seguir, elegí insistir y hoy me siento orgullosa de la persona en la que me estoy convirtiendo.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	3
OBJETIVOS.....	4
METODOLOGÍA.....	5
CAPÍTULO I. MARCO REFERENCIAL.....	6
1.1. Marco teórico.....	6
1.1.1. Contabilidad y servicios contables.....	6
1.1.2. Cumplimiento tributario y control financiero.....	6
1.1.3. Personalización del servicio y calidad percibida.....	7
1.1.4. Emprendimiento y plan de negocio.....	7
1.1.5. Gestión administrativa y estrategia.....	7
1.1.6. Evaluación financiera de proyectos.....	8
1.2. Marco organizacional.....	8
1.2.1. Reseña de la empresa.....	8
1.2.2. Actividad económica y naturaleza jurídica.....	9
1.2.3. Marco legal aplicable.....	9
1.2.4. Filosofía corporativa.....	10
1.2.5. Estructura organizacional.....	11
1.3. Marco contextual.....	12
1.3.1. Las microempresas de Quito.....	12
1.3.2. Un entorno tributario cambiante.....	13
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN.....	14
2.1. Descripción del problema.....	14
2.1.1. Planteamiento del problema.....	14
2.1.2. Árbol de problemas.....	14
2.1.3. Formulación del problema.....	15
2.2. Análisis situacional.....	16
2.2.1. Análisis PESTEL.....	16
2.2.2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	16
2.2.3. Análisis de la oferta actual.....	17
2.2.4. Matriz FODA.....	18
2.2.5. Matrices EFE y EFI.....	19
2.2.6. Estrategias derivadas del cruce FODA.....	20
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	21
3.1. Uso actual de servicios contables.....	21
3.2. Atributos valorados y servicios requeridos.....	22
3.3. Disposición a pagar, comunicación e informes.....	23
3.4. Satisfacción y lealtad con el proveedor actual.....	24

3.5. Síntesis de las preguntas abiertas.....	25
3.6. Síntesis y discusión de resultados.....	26
3.7. Perfil y segmentación del mercado objetivo.....	27
CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	28
4.1. Alternativas de mejora.....	28
4.1.1. Descripción de las alternativas.....	28
4.1.2. Evaluación y selección.....	29
4.2. Diseño de la solución.....	30
4.2.1. Modelo de negocio y propuesta de valor.....	30
4.2.2. Portafolio de servicios y precios.....	30
4.2.3. Estrategia comercial.....	31
4.2.4. Proceso de prestación del servicio.....	31
4.2.5. Capacidad, infraestructura y protección de datos.....	32
4.3. Plan de acción.....	34
4.4. Recursos necesarios: estudio económico.....	35
4.4.1. Plan de inversiones y financiamiento.....	35
4.4.2. Presupuesto de ingresos.....	36
4.4.3. Presupuesto de gastos.....	37
4.4.4. Estado de resultados proyectado.....	38
4.4.5. Punto de equilibrio.....	39
4.4.6. Flujo de caja y balance general proyectados.....	40
4.5. Evaluación financiera.....	40
4.5.1. VAN, TIR y período de recuperación.....	40
4.5.2. Análisis de escenarios.....	42
4.6. Resultados esperados e indicadores.....	43
4.7. Gestión de riesgos y plan de contingencia.....	44
4.8. Impactos esperados.....	45
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES.....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	48
ANEXOS	
Anexo 1. Cuestionario aplicado y tabulación de resultados	
Anexo 2. Tabla de amortización del crédito	
Anexo 3. Modelo de informe mensual al cliente	
Anexo 4. Cláusulas mínimas del contrato de servicios	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Marco legal y normativo aplicable a Contabit.....	10
Tabla 2. Puestos, perfiles y remuneración mensual (2026).....	12
Tabla 3. Análisis PESTEL del entorno de Contabit.....	16
Tabla 4. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	16
Tabla 5. Comparación de la oferta de servicios contables.....	18
Tabla 6. Matriz FODA de Contabit.....	18
Tabla 7. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	19
Tabla 8. Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	19
Tabla 9. Estrategias FO, FA, DO y DA.....	20
Tabla 10. Síntesis de las respuestas abiertas de la encuesta.....	26
Tabla 11. Síntesis de resultados e implicaciones para la propuesta.....	26
Tabla 12. Segmentación del mercado objetivo.....	27
Tabla 13. Alternativas de solución planteadas.....	28
Tabla 14. Matriz de evaluación ponderada de alternativas.....	29
Tabla 15. Planes de servicio y precios referenciales.....	31
Tabla 16. Mezcla de marketing de servicios (7P).....	31
Tabla 17. Plan de acción para la implementación.....	34
Tabla 18. Plan de inversiones.....	35
Tabla 19. Fuentes de financiamiento.....	36
Tabla 20. Presupuesto de ingresos.....	36
Tabla 21. Presupuesto de gastos de personal (USD).....	37
Tabla 22. Presupuesto de gastos generales, depreciación y amortización (USD).....	37
Tabla 23. Estado de resultados proyectado (USD).....	38
Tabla 24. Punto de equilibrio en número de clientes.....	39
Tabla 25. Flujo de caja financiero proyectado (USD).....	40
Tabla 26. Balance general proyectado (USD).....	40
Tabla 27. Flujo económico del proyecto y cálculo del VAN (USD).....	41
Tabla 28. Indicadores de rentabilidad.....	41
Tabla 29. Resultados del análisis de escenarios.....	42
Tabla 30. Resumen de indicadores de viabilidad financiera.....	43
Tabla 31. Indicadores de resultado de la propuesta.....	43
Tabla 32. Matriz de riesgos y medidas de mitigación.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Identidad visual de Contabit.....	9
Figura 2: Organigrama estructural de Contabit.....	12
Figura 3: Datos clave del contexto del emprendimiento.....	13
Figura 4: Árbol de problemas.....	15
Figura 5: Intensidad de las cinco fuerzas competitivas.....	17
Figura 6: ¿Actualmente utiliza servicios contables externos?.....	21
Figura 7: ¿Considera que los servicios contables que utiliza están suficientemente personalizados?.....	22
Figura 8: ¿Qué aspecto valora en un servicio contable?.....	22
Figura 9: Servicios contables considerados necesarios.....	23
Figura 10: ¿Pagaría más por un servicio contable personalizado?.....	23
Figura 11: ¿Cómo prefiere comunicarse con su proveedor de servicios contables?.....	24
Figura 12: ¿Le interesaría recibir informes financieros más personalizados?.....	24
Figura 13: ¿Qué tan probable es que recomiende a su proveedor actual?.....	25
Figura 14: Nivel de satisfacción con los servicios contables actuales.....	25
Figura 15: Calificación de las alternativas por criterio.....	29
Figura 16: Lienzo del modelo de negocio de Contabit.....	30
Figura 17: Diagrama de flujo del ciclo mensual de servicio.....	32
Figura 18: Distribución propuesta de la oficina.....	33
Figura 19: Cronograma de implementación (diagrama de Gantt).....	34
Figura 20: Estructura de la inversión inicial.....	36
Figura 21: Evolución de ingresos, costos y gastos y utilidad neta.....	38
Figura 22: Clientes proyectados frente a clientes de equilibrio.....	39
Figura 23: Flujo neto y flujo acumulado del proyecto.....	41
Figura 24: VAN y TIR según el escenario de demanda.....	42
Figura 25: Síntesis de los indicadores de viabilidad.....	42
Figura 26: Mapa de calor de los riesgos identificados.....	44

RESUMEN EJECUTIVO

El presente caso práctico desarrolla el plan de negocios para la creación de Contabit, una microempresa de servicios contables personalizados en el Distrito Metropolitano de Quito. La propuesta responde a una necesidad extendida: en Quito el 93 % de las empresas son microempresas, y buena parte de ellas pertenece al Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE), cuyas reglas cambian con frecuencia. Muchos propietarios llevan sus cuentas de forma empírica y perciben los servicios contables tradicionales como distantes, técnicos o costosos.

El Capítulo I presenta el marco referencial: los conceptos de contabilidad, cumplimiento tributario, servicio personalizado y plan de negocio, la caracterización de la empresa, su marco legal ecuatoriano, su filosofía y su organigrama. El Capítulo II diagnostica la situación con el árbol de problemas, el análisis PESTEL, las cinco fuerzas de Porter y las matrices FODA, EFE (2,76) y EFI (2,51). El Capítulo III analiza una encuesta aplicada a 38 personas: el 76,3 % no utiliza servicios contables externos, el 55,3 % pagaría más por un servicio adaptado a su negocio, el 78,9 % quiere informes financieros más personalizados y solo el 26,3 % recomendaría con seguridad a su proveedor actual.

El Capítulo IV evalúa tres alternativas y selecciona una oficina con atención híbrida y planes mensuales personalizados (4,25 sobre 5). La propuesta incluye el modelo de negocio, los planes de servicio, los procesos, el cronograma, los indicadores y la gestión de riesgos. Con una inversión de USD 12.640,00, el proyecto genera un VAN de USD 19.321,74 y una TIR de 67,0 %, y recupera la inversión en 22,4 meses; el primer año opera cerca del punto de equilibrio (35 clientes frente a 36 proyectados), por lo que la captación de clientes es el factor crítico de éxito.

El trabajo ofrece una alternativa que facilita el cumplimiento tributario, reduce el riesgo de multas y mejora la toma de decisiones de los pequeños negocios de la ciudad.

PALABRAS CLAVE: servicios contables personalizados, asesoría tributaria, RIMPE, microempresas, plan de negocios, Quito.

ABSTRACT

This practical case develops a business plan for Contabit, a micro-enterprise offering personalized accounting services in the Metropolitan District of Quito, Ecuador. In Quito, 93 % of companies are micro-enterprises, many of them under the simplified tax regime (RIMPE), whose rules change frequently; many owners keep their accounts empirically and perceive traditional accounting services as distant, technical or expensive.

Chapter I presents the reference framework, the company profile, the Ecuadorian legal framework and the organization chart. Chapter II diagnoses the situation through a problem tree, PESTEL, Porter's five forces and SWOT, EFE (2.76) and IFE (2.51) matrices. Chapter III analyzes a survey of 38 people: 76.3 % do not use external accounting services, 55.3 % would pay more for a tailored service and 78.9 % want more personalized financial reports. Chapter IV selects an office with hybrid service and personalized monthly plans, and presents the business model, processes, schedule, indicators and risk management.

With an investment of USD 12,640.00, the project yields an NPV of USD 19,321.74, an IRR of 67.0 % and a payback period of 22.4 months.

Keywords: personalized accounting services, tax advisory, RIMPE, micro-enterprises, business plan, Quito.

INTRODUCCIÓN

En un entorno empresarial cada vez más regulado, la contabilidad dejó de ser un trámite exclusivo de las grandes compañías para convertirse en una necesidad de cualquier negocio que quiera operar formalmente. En el Distrito Metropolitano de Quito existían 297.381 empresas en 2022, de las cuales el 93 % eran microempresas (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2024). Ese mismo año, el 55,1 % de las empresas del país estaba registrado en el Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE), un régimen cuyas categorías, tarifas y obligaciones se ajustan con frecuencia.

La complejidad normativa se traslada directamente a los pequeños propietarios. En julio de 2026, el Servicio de Rentas Internas (SRI) recategorizó a cerca de 70.000 contribuyentes: unos 14.000 pasaron de Negocio Popular a Emprendedor y alrededor de 56.000 salieron del RIMPE hacia el régimen general, con nuevas obligaciones de facturación electrónica y declaración del IVA (Beltrán, 2026). Para un emprendedor que concentra en sí mismo las ventas, las compras y la atención al cliente, mantenerse al día con estos cambios resulta difícil, y el error se paga con multas e intereses.

Frente a esta realidad, muchos negocios llevan sus cuentas de forma empírica o contratan servicios contables que perciben como distantes, técnicos o costosos, y que se limitan a “sacar las declaraciones” sin explicar al propietario la situación de su negocio. Esta brecha entre la necesidad de acompañamiento y una oferta poco cercana es la oportunidad que da origen a Contabit, una microempresa de servicios contables personalizados.

El presente caso práctico desarrolla el plan de negocios de Contabit conforme a la estructura del examen complejo. El Capítulo I presenta el marco referencial teórico, organizacional y contextual. El Capítulo II diagnostica la situación con herramientas administrativas: árbol de problemas, análisis PESTEL, cinco fuerzas de Porter y matrices FODA, EFE y EFI. El Capítulo III interpreta los resultados de la encuesta aplicada a potenciales clientes. El Capítulo IV evalúa alternativas de solución y desarrolla el plan de acción de la alternativa seleccionada, con su modelo de negocio, procesos, cronograma, evaluación financiera, indicadores y gestión de riesgos.

La importancia del tema radica en que un servicio contable cercano no solo evita sanciones, sino que mejora la toma de decisiones y facilita la formalización de los pequeños negocios, en línea con el ODS 8, trabajo decente y crecimiento económico (Naciones Unidas, 2015).

DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El tema se define como el diseño de un plan de negocios para crear una microempresa que ofrezca servicios contables y tributarios adaptados a las necesidades de cada cliente —registro de ingresos y gastos, facturación electrónica, declaraciones de impuestos, organización documental, estados financieros básicos y asesoría—, dirigidos principalmente a personas naturales, emprendedores y microempresas del Distrito Metropolitano de Quito.

La justificación práctica se fundamenta en que la personalización permite una contabilidad más precisa y útil para cada situación particular: el cliente no solo cumple con el SRI, sino que entiende sus ingresos, gastos y resultados, y puede detectar oportunidades de mejora. La encuesta aplicada confirma esta necesidad: el 78,9 % de los participantes quisiera recibir informes financieros más personalizados.

La justificación teórica se apoya en los principios de la información financiera —relevancia, fiabilidad y comprensibilidad— y en la teoría del marketing de servicios, según la cual la calidad percibida depende de la adaptación del servicio a las expectativas de cada cliente (Zeithaml et al., 2018).

La justificación metodológica radica en el uso de un diagnóstico inicial por cliente y de procedimientos estandarizados que permiten adaptar el servicio sin perder control de calidad. Desde la carrera de Tecnología Superior en Administración, el trabajo permite aplicar conocimientos de planificación, organización, investigación de mercados y evaluación financiera a una idea de negocio real.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la creación de Contabit, una microempresa de servicios contables personalizados en el Distrito Metropolitano de Quito, mediante el diagnóstico del entorno, el estudio de mercado y la evaluación técnica y financiera, que permita determinar su viabilidad.

Objetivos específicos

- Construir el marco referencial teórico, organizacional y legal de la microempresa, definiendo su filosofía corporativa y su estructura organizacional (Capítulo I).
- Diagnosticar la situación del mercado de servicios contables para pequeños negocios mediante herramientas de análisis estratégico (Capítulo II).
- Analizar las necesidades, preferencias y disposición a pagar de los potenciales clientes a partir de una encuesta (Capítulo III).
- Proponer y evaluar alternativas de solución y diseñar el plan de acción de la alternativa seleccionada, con sus recursos, evaluación financiera e indicadores (Capítulo IV).

METODOLOGÍA

La investigación tiene un enfoque mixto, con predominio cuantitativo, y un alcance descriptivo, porque caracteriza las necesidades contables de los pequeños negocios y su percepción de los servicios disponibles (Bernal, 2010; Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). El diseño es no experimental y transversal.

La técnica principal fue la encuesta, aplicada mediante un formulario digital a 38 personas —propietarios de pequeños negocios, emprendedores y trabajadores independientes del Distrito Metropolitano de Quito— seleccionadas por muestreo no probabilístico por conveniencia. El cuestionario combinó preguntas cerradas sobre el uso de servicios contables, los atributos valorados, la disposición a pagar, el canal de comunicación preferido y la satisfacción, con preguntas abiertas sobre la frecuencia de ajustes, los motivos para cambiar de proveedor y la confianza en el contador (Anexo 1). Por el tamaño y el tipo de muestra, los resultados se interpretan como una aproximación exploratoria a las preferencias del mercado (Malhotra, 2008).

La información secundaria provino de estadísticas del INEC, normativa ecuatoriana, publicaciones del SRI y artículos de prensa especializada. El diagnóstico se apoyó en el árbol de problemas (Ortegón et al., 2005), el análisis PESTEL (Johnson et al., 2010), las cinco fuerzas de Porter (1980) y las matrices FODA, EFE y EFI (David, 2013). La evaluación financiera empleó los indicadores VAN, TIR, período de recuperación, punto de equilibrio y análisis de escenarios, con una tasa de descuento del 15 % (Baca Urbina, 2013; Sapag Chain y Sapag Chain, 2008).

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

Este capítulo reúne los conceptos que sustentan el caso, caracteriza a la microempresa Contabit —su actividad, su marco legal, su filosofía y su estructura— y describe el contexto empresarial y tributario del Distrito Metropolitano de Quito.

1.1. Marco teórico

1.1.1. Contabilidad y servicios contables

La contabilidad es el sistema que permite registrar, clasificar y resumir las operaciones económicas de una entidad para producir información útil en la toma de decisiones (Zapata Sánchez, 2017). Los servicios contables son las actividades profesionales que ayudan a los negocios a organizar y controlar esa información: el registro de ingresos y gastos, la facturación, la conciliación bancaria, la elaboración de estados financieros y el cálculo de impuestos.

Para las pequeñas entidades, la Norma Internacional de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades establece un marco simplificado para preparar estados financieros comparables y comprensibles (IFRS Foundation, 2015). Su aplicación permite que la información sea relevante y fiable, condiciones indispensables para que el propietario conozca la situación real de su negocio y pueda presentarla ante bancos, socios o autoridades.

1.1.2. Cumplimiento tributario y control financiero

El cumplimiento tributario consiste en que las personas y los negocios cumplan las obligaciones formales y sustantivas establecidas por la administración tributaria: inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), emitir comprobantes de venta válidos, presentar declaraciones y pagar los impuestos a tiempo. En el Ecuador, estas obligaciones dependen del régimen del contribuyente: el RIMPE, con sus categorías de Negocio Popular y Emprendedor, o el régimen general (Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 2004).

El control financiero, por su parte, consiste en revisar y organizar los ingresos y los gastos para conocer cómo se maneja el dinero del negocio y evitar el desorden en las finanzas. Gitman y Zutter (2012) destacan que el control del flujo de efectivo es una de las principales causas del éxito o el fracaso de las pequeñas

empresas, porque permite anticipar necesidades de liquidez y tomar decisiones con información.

1.1.3. Personalización del servicio y calidad percibida

La personalización consiste en adaptar el servicio a las necesidades de cada cliente, en lugar de ofrecer un paquete estándar. Zeithaml et al. (2018) explican que la calidad percibida surge de la diferencia entre lo que el cliente espera y lo que recibe, y que en los servicios profesionales las dimensiones más valoradas son la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles. Lovelock y Wirtz (2009) añaden que en los servicios de alto contacto la relación personal con el prestador es parte esencial del valor entregado.

En los servicios contables, la personalización se traduce en un diagnóstico inicial de cada cliente, un plan de trabajo ajustado a su régimen y volumen de operaciones, y una comunicación en lenguaje sencillo que le permita entender lo que se hace y por qué. La asesoría contable, entendida como la orientación sobre la organización y el manejo de la información económica, completa esta propuesta.

1.1.4. Emprendimiento y plan de negocio

El emprendimiento es el desarrollo de una idea de negocio con el propósito de ofrecer un producto o servicio que cubra una necesidad del mercado. Drucker (1985) lo concibe como una disciplina que convierte los cambios del entorno en oportunidades; en este caso, los cambios frecuentes en la normativa tributaria generan una demanda constante de acompañamiento profesional.

Weinberger (2009) define el plan de negocio como el documento que describe los objetivos de un emprendimiento y los métodos y recursos para alcanzarlos, y que obliga a evaluar su viabilidad antes de invertir. Osterwalder y Pigneur (2010) complementan esta visión con el lienzo de modelo de negocio, que sintetiza en nueve bloques cómo una organización crea, entrega y captura valor.

1.1.5. Gestión administrativa y estrategia

La gestión administrativa comprende la planificación, la organización, la dirección y el control de las actividades de una organización (Robbins y Coulter, 2018). En una microempresa de servicios, estas funciones se concentran en pocas personas, por lo que la estructura debe ser plana y los procesos deben estar documentados para no depender de la memoria de quien los ejecuta.

Para orientar la estrategia se emplean el análisis PESTEL del macroentorno (Johnson et al., 2010), las cinco fuerzas de Porter (1980) para el análisis sectorial y la matriz FODA complementada con las matrices de evaluación de factores externos (EFE) e internos (EFI) (David, 2013). Porter (1985) plantea que una pequeña empresa compite mejor con una estrategia de diferenciación enfocada en un segmento específico, en lugar de competir solo por precio.

1.1.6. Evaluación financiera de proyectos

Sapag Chain y Sapag Chain (2008) y Baca Urbina (2013) señalan que un proyecto es viable cuando su valor actual neto (VAN) es positivo y su tasa interna de retorno (TIR) supera la tasa mínima aceptable de rendimiento. En una empresa de servicios, el punto de equilibrio se expresa en número de clientes: indica cuántos contratos mensuales se requieren para cubrir los costos fijos, que en este tipo de negocio son la mayor parte del costo total.

1.2. Marco organizacional

1.2.1. Reseña de la empresa

Contabit es una microempresa en fase de creación, impulsada por Tatiana Jaqueline Quiguango Simbaña, que ofrecerá servicios contables y tributarios personalizados en el Distrito Metropolitano de Quito. Su propuesta parte de una idea sencilla: que los negocios merecen servicios contables que se adapten a ellos, y no al revés. Por ello, cada relación comienza con un diagnóstico de la situación del cliente y continúa con un acompañamiento mensual, presencial o virtual, en un lenguaje comprensible.

La empresa atenderá desde una oficina en Quito y, cuando el cliente lo requiera, en su propio negocio. Su oferta se organiza en planes mensuales según el régimen y el tamaño del cliente y en servicios puntuales, como la inscripción en el RUC, la puesta al día de declaraciones atrasadas o la declaración anual del impuesto a la renta. La figura 1 presenta la identidad visual propuesta.



Figura 1: Identidad visual de Contabit.

Fuente: Diseño propio elaborado en Canva. Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

1.2.2. Actividad económica y naturaleza jurídica

La actividad principal corresponde a las actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoramiento en materia de impuestos, ubicadas en la sección M de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), “Actividades profesionales, científicas y técnicas”, clase 6920.

Contabit se constituirá como una sociedad por acciones simplificada (S.A.S.), figura creada por la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) que permite constituir una compañía con uno o más accionistas, mediante trámite en línea ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y con responsabilidad limitada al capital aportado. La empresa deberá obtener el RUC ante el SRI, la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) del Municipio de Quito y el permiso del Cuerpo de Bomberos.

1.2.3. Marco legal aplicable

La tabla 1 resume la normativa ecuatoriana que regula la actividad de Contabit y la de sus clientes. Este marco reemplaza las referencias a normativa extranjera —SAT, RFC, CFDI, IMSS y Ley Federal del Trabajo, propias de México— que figuraban en la versión preliminar del trabajo.

Tabla 1.
Marco legal y normativo aplicable a Contabit

Norma	Aplicación al proyecto
Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020)	Constitución de la empresa como S.A.S. y fomento al emprendimiento
Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (2004) y su reglamento	Obligaciones de los clientes: RUC, comprobantes de venta, IVA, impuesto a la renta y retenciones; la contabilidad de los obligados debe llevarse con la firma de un contador público legalmente autorizado
Régimen RIMPE (Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, 2021)	Categorías de Negocio Popular y Emprendedor, cuotas e impuesto sobre ingresos brutos, recategorización anual
NIIF para las PYMES (IFRS Foundation, 2015)	Preparación de los estados financieros de los clientes que son sociedades
Código del Trabajo (2005) y Ley de Seguridad Social	Contratación, remuneraciones, décimos y afiliación al IESS del personal de Contabit y de la nómina de sus clientes
Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021)	Tratamiento confidencial de la información financiera y personal de los clientes; consentimiento y medidas de seguridad

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

1.2.4. Filosofía corporativa

Misión

Brindar servicios contables y tributarios personalizados a emprendedores, profesionales y pequeños negocios del Distrito Metropolitano de Quito, con atención cercana, explicaciones claras y cumplimiento puntual, para que cada cliente opere con tranquilidad, cumpla sus obligaciones y tome mejores decisiones sobre su negocio.

Visión

Para el año 2028, ser reconocida en Quito como la firma contable de referencia para pequeños negocios por su trato cercano, la confiabilidad de su trabajo y la claridad de su asesoría, con una cartera de al menos 80 clientes recurrentes.

Valores

- **Confidencialidad:** la información del cliente se protege como propia.
- **Responsabilidad:** las declaraciones se presentan a tiempo y sin errores.
- **Cercanía:** cada cliente tiene una persona de referencia que conoce su negocio.
- **Claridad:** se explica cada proceso en lenguaje sencillo.

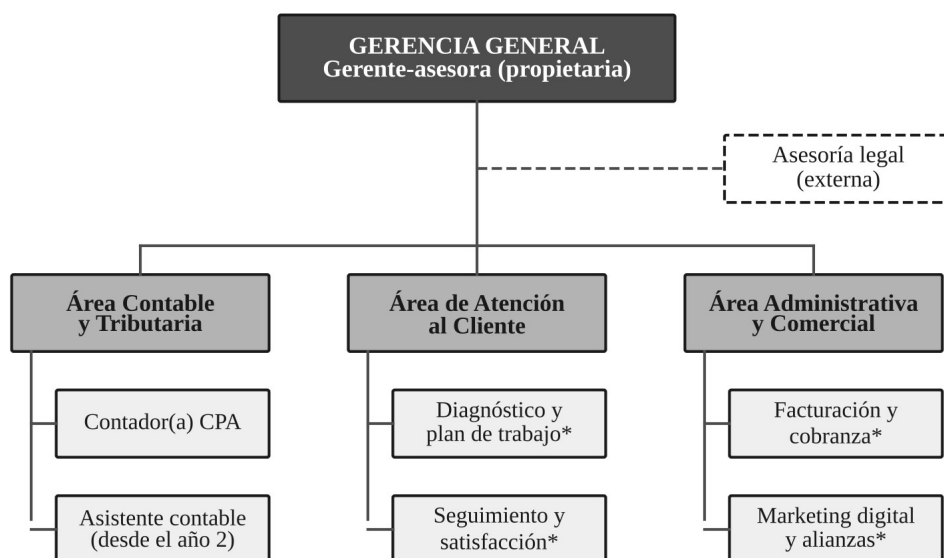
- **Ética profesional:** se cumple la ley y se rechaza cualquier práctica de evasión.
- **Mejora continua:** el equipo se actualiza de forma permanente en normativa tributaria.

Políticas generales

- **Política de servicio:** todo cliente recibe un diagnóstico inicial, un contrato con el alcance del servicio y un informe mensual comprensible.
- **Política de cumplimiento:** las declaraciones se presentan al menos tres días antes del vencimiento.
- **Política de protección de datos:** la información se almacena en sistemas con respaldo y acceso restringido, conforme a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.
- **Política de talento humano:** el personal cuenta con contrato formal, afiliación al IESS y capacitación tributaria anual.

1.2.5. Estructura organizacional

Contabit adopta una estructura funcional plana (figura 2). La Gerencia General, a cargo de la propietaria, dirige tres áreas: Contable y Tributaria, Atención al Cliente, y Administrativa y Comercial. En el primer año, la gerente-asesora asume las funciones de atención al cliente y administración, y el contador o la contadora pública autorizada se responsabiliza del trabajo técnico; desde el segundo año se incorpora una asistente contable. La asesoría legal se contrata cuando se requiere.



* Funciones asumidas por la Gerencia General en la etapa inicial.

Figura 2: Organigrama estructural de Contabit.
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Tabla 2.
Puestos, perfiles y remuneración mensual (2026)

Puesto	Perfil y funciones	Desde	Sueldo (USD)
Gerente-asesora (propietaria)	Tecnóloga en Administración; dirige la empresa, realiza los diagnósticos, atiende a los clientes, gestiona la cobranza, el marketing y las alianzas	Año 1	600,00
Contador(a) público(a) autorizado(a)	Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría; registra, declara, elabora estados financieros y firma la contabilidad de los clientes obligados	Año 1	750,00
Asistente contable	Tecnología en Contabilidad; organiza documentos, emite facturas, prepara borradores de declaraciones y da seguimiento a los clientes	Año 2	506,10

Fuente: Investigación propia; Vistazo (2025)
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

El personal de la versión preliminar —cinco escritorios y computadoras, auditores y un responsable de marketing con sueldos de USD 460 a 800— se redimensionó a la cartera proyectada, y las remuneraciones se ajustaron al salario básico unificado de 2026, de USD 482 (Vistazo, 2025).

1.3. Marco contextual

1.3.1. Las microempresas de Quito

Quito concentraba en 2022 un total de 297.381 empresas, de las cuales 276.575 eran microempresas, es decir, alrededor del 93 % (INEC, 2024). A escala nacional, el número de empresas activas creció un 40,9 % entre 2021 y 2022,

impulsado por la inscripción de negocios en el RIMPE, y 676.888 empresas —el 55,1 %— figuraban en ese régimen sin declarar ventas ni empleados registrados. La ciudad, con 2.679.722 habitantes según el Censo 2022 (Chanatasig, 2025), constituye así el mayor mercado del país para servicios contables orientados a pequeños negocios (figura 3).



Figura 3: Datos clave del contexto del emprendimiento.

Fuente: INEC (2024); Chanatasig (2025); Beltrán (2026); Vistazo (2025). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

1.3.2. Un entorno tributario cambiante

El RIMPE distingue a los Negocios Populares, con ingresos anuales de hasta USD 20.000 y una cuota fija de entre USD 0 y USD 60, de los Emprendedores, con ingresos de hasta USD 300.000, que pagan un impuesto progresivo sobre sus ingresos brutos (Sánchez, 2026). Desde julio de 2026, los contribuyentes que superan esos montos o cumplen tres años en el régimen pasan automáticamente a otra categoría, lo que modifica su forma de facturar y la periodicidad de sus declaraciones de IVA (Holguín, 2026). Cada cambio de categoría genera dudas y nuevas obligaciones, y con ellas, demanda de asesoría.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Este capítulo describe el problema que motiva la creación de Contabit y analiza el entorno con herramientas administrativas, con el fin de identificar las causas del problema y las condiciones que favorecen o limitan la propuesta.

2.1. Descripción del problema

2.1.1. Planteamiento del problema

Muchos pequeños negocios y emprendedores del Distrito Metropolitano de Quito tienen dificultades para llevar un control adecuado de sus actividades contables y conocer las obligaciones que deben cumplir. Esto ocurre por falta de conocimiento, por los cambios en las normas tributarias o porque los propietarios no disponen del tiempo suficiente para organizar su información. El resultado es un manejo empírico de las cuentas, declaraciones tardías o erróneas, multas e intereses, y decisiones tomadas sin conocer la rentabilidad real del negocio.

Al mismo tiempo, la oferta de servicios contables no siempre responde a sus necesidades. La encuesta aplicada muestra que el 76,3 % de los participantes no utiliza servicios contables externos y que, entre quienes los usan, solo el 40,5 % los considera suficientemente personalizados. Los motivos para cambiar de proveedor que mencionaron los encuestados —errores frecuentes, mala contabilidad, poca experiencia, falta de entrega de información y escasa honradez— revelan que el problema no es solo de acceso, sino también de calidad y confianza.

2.1.2. Árbol de problemas

El árbol de problemas (figura 4) organiza las causas y efectos identificados. El problema central es que los pequeños negocios y emprendedores del DM de Quito no cuentan con un acompañamiento contable cercano y accesible que les permita cumplir sus obligaciones y gestionar sus finanzas.

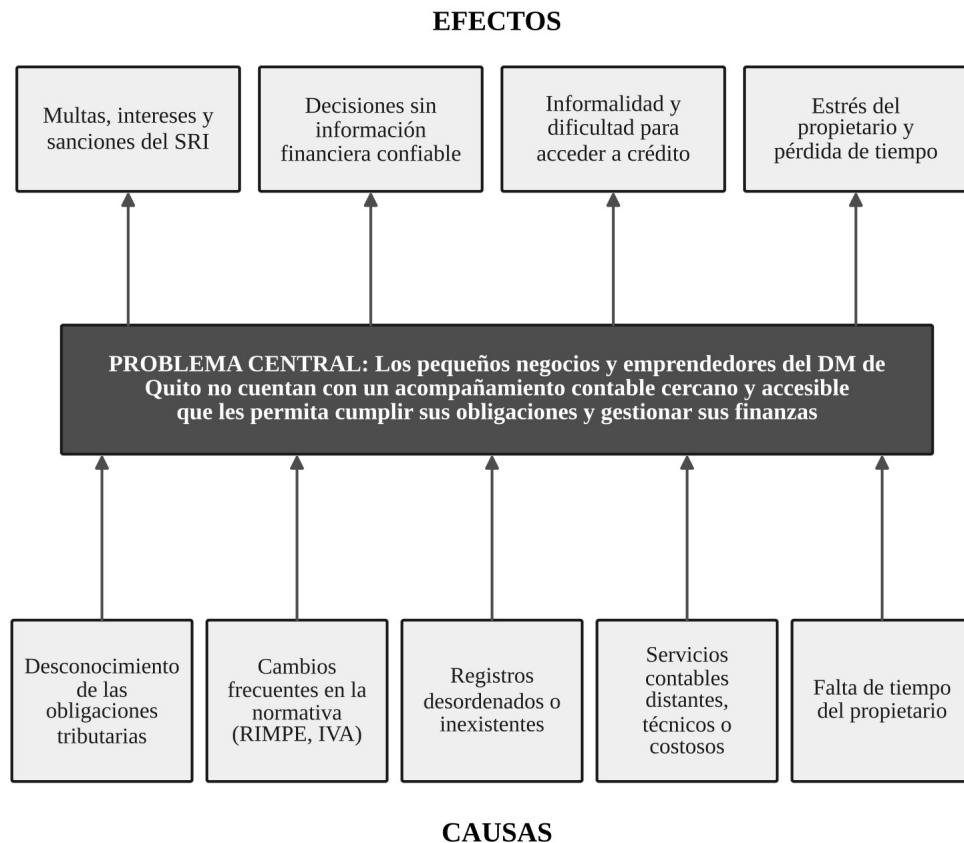


Figura 4: Árbol de problemas.
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

2.1.3. Formulación del problema

De este diagnóstico se desprende la pregunta central del caso: ¿es viable, desde las perspectivas comercial, técnica y financiera, crear en el Distrito Metropolitano de Quito una microempresa que ofrezca servicios contables personalizados a pequeños negocios y emprendedores?

2.2. Análisis situacional

2.2.1. Análisis PESTEL

Tabla 3.

Análisis PESTEL del entorno de Contabit

Factor	Variables identificadas	Impacto
Político	Políticas de fomento al emprendimiento y a la formalización; simplificación de la constitución de empresas (S.A.S.)	Positivo
Económico	Predominio de microempresas (93 % en Quito); presupuestos limitados de los clientes; salario básico de USD 482; crédito productivo PYMES a una tasa promedio de 9,34 %	Mixto
Social	Emprendimiento por necesidad; desconocimiento de las obligaciones tributarias; desconfianza hacia contadores por malas experiencias	Positivo, con barreras de confianza
Tecnológico	Facturación electrónica obligatoria; software contable en la nube; servicios en línea del SRI; comunicación por WhatsApp y videollamada	Positivo
Ecológico	Digitalización documental que reduce el uso de papel	Positivo
Legal	Recategorización anual del RIMPE; cambios en el IVA y en las obligaciones; Ley Orgánica de Protección de Datos Personales	Positivo para la demanda, exige actualización permanente

Fuente: Investigación propia; INEC (2024); Beltrán (2026); Páez (2026)

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

El macroentorno es favorable: la complejidad normativa y la obligatoriedad de la facturación electrónica generan una demanda constante de asesoría, mientras que la tecnología permite atender a más clientes con menores costos. El principal desafío es mantenerse actualizado y ganarse la confianza de clientes con experiencias negativas previas.

2.2.2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Tabla 4.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Fuerza	Nivel	Descripción
Rivalidad entre competidores	Alto	Existen numerosos contadores independientes, estudios contables y firmas de asesoría, muchos con tarifas bajas y servicios estandarizados.
Amenaza de nuevos entrantes	Alto	La inversión requerida es baja y cada año se gradúan nuevos profesionales en contabilidad.
Amenaza de sustitutos	Medio	Aplicaciones de facturación, software contable de autogestión y la propia gestión del propietario en el portal del SRI.
Poder de negociación de los clientes	Medio-alto	Los clientes pueden cambiar de proveedor con facilidad y son sensibles al precio, aunque valoran la confianza.
Poder de negociación de los proveedores	Bajo	Hay varias opciones de software contable, equipos y arriendo de oficinas.

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

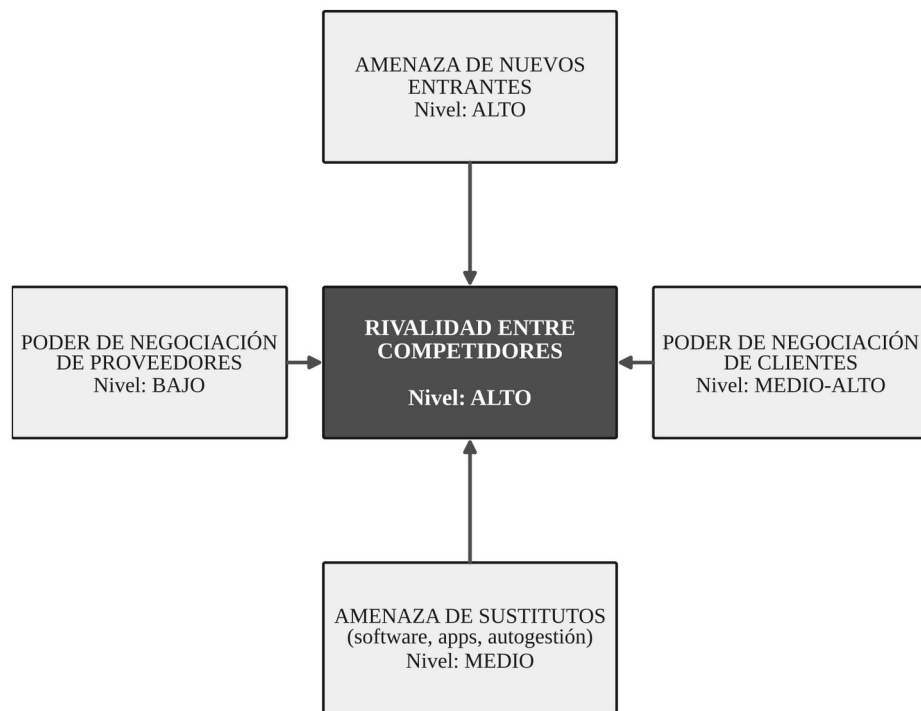


Figura 5: Intensidad de las cinco fuerzas competitivas.
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

La alta rivalidad confirma que competir solo por precio no es sostenible. La ventaja de Contabit debe construirse sobre la confianza, la claridad y el acompañamiento, atributos difíciles de imitar porque dependen de la relación con cada cliente, conforme a la estrategia de diferenciación enfocada de Porter (1985).

2.2.3. Análisis de la oferta actual

La oferta de servicios contables para pequeños negocios en Quito se compone de contadores independientes, estudios contables pequeños, firmas medianas de asesoría y plataformas digitales. La tabla 5 compara sus características frente a la propuesta de Contabit.

Tabla 5.
Comparación de la oferta de servicios contables

Tipo de oferente	Fortalezas	Debilidades	Oportunidad para Contabit
Contador independiente	Precio bajo; flexibilidad	Capacidad limitada; poca continuidad; sin respaldo institucional	Ofrecer respaldo de una empresa y continuidad del servicio
Firma de asesoría mediana	Experiencia; servicios integrales	Tarifas altas; trato distante; enfoque en empresas grandes	Atender con cercanía al segmento que estas firmas no priorizan
Plataforma digital	Bajo costo; disponibilidad	Exige conocimientos del usuario; no explica ni asesora	Combinar herramientas digitales con acompañamiento humano
Autogestión del propietario	Costo nulo	Errores, multas y pérdida de tiempo	Mostrar el costo real de equivocarse

Fuente: Observación de mercado
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

2.2.4. Matriz FODA

Tabla 6.
Matriz FODA de Contabit

Fortalezas	Oportunidades
F1. Servicio personalizado con diagnóstico inicial	O1. Gran número de microempresas en Quito
F2. Comunicación clara y en lenguaje sencillo	O2. Cambios normativos y recategorización del RIMPE
F3. Atención presencial, virtual y en el negocio del cliente	O3. Insatisfacción con proveedores actuales
F4. Estructura liviana y costos controlados	O4. Interés en informes financieros personalizados (78,9 %)
F5. Protocolos de confidencialidad y protección de datos	O5. Herramientas digitales accesibles
Debilidades	Amenazas
D1. Marca nueva sin trayectoria	A1. Alta competencia y guerra de precios
D2. Cartera de clientes inexistente al inicio	A2. Sensibilidad al precio de los pequeños negocios
D3. Capital limitado	A3. Morosidad de los clientes
D4. Dependencia de un solo contador en el primer año	A4. Software de autogestión cada vez más sencillo
D5. Capacidad de atención limitada	A5. Cambios normativos que exigen actualización constante

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

2.2.5. Matrices EFE y EFI

Tabla 7.
 Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Factores externos clave	Peso	Calificación	Ponderado
Oportunidades			
O1. Gran número de microempresas en Quito	0,14	4	0,56
O2. Cambios normativos y recategorización del RIMPE	0,12	4	0,48
O3. Insatisfacción con proveedores actuales	0,10	3	0,30
O4. Interés en informes personalizados	0,08	3	0,24
O5. Herramientas digitales accesibles	0,06	3	0,18
Amenazas			
A1. Alta competencia y guerra de precios	0,15	2	0,30
A2. Sensibilidad al precio	0,12	2	0,24
A3. Morosidad de los clientes	0,09	2	0,18
A4. Software de autogestión	0,07	2	0,14
A5. Cambios normativos constantes	0,07	2	0,14
Total	1,00	2,76	

Fuente: Investigación propia, con base en David (2013)
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Tabla 8.
 Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Factores internos clave	Peso	Calificación	Ponderado
Fortalezas			
F1. Servicio personalizado	0,15	4	0,60
F2. Comunicación clara	0,12	4	0,48
F3. Atención híbrida y en el negocio	0,10	3	0,30
F4. Estructura liviana	0,08	3	0,24
F5. Protocolos de confidencialidad	0,05	3	0,15
Debilidades			
D1. Marca nueva	0,14	1	0,14
D2. Cartera inexistente al inicio	0,12	1	0,12
D3. Capital limitado	0,08	2	0,16
D4. Dependencia de un solo contador	0,09	2	0,18
D5. Capacidad limitada	0,07	2	0,14
Total	1,00	2,51	

Fuente: Investigación propia, con base en David (2013)
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

El puntaje EFE (2,76) indica que la propuesta responde por encima del promedio al entorno, sobre todo a la abundancia de microempresas y a los cambios normativos que generan demanda. El EFI (2,51) refleja una posición interna apenas

superior al promedio: las fortalezas del modelo de servicio se ven compensadas por las debilidades propias de una empresa nueva sin cartera. La estrategia debe, por tanto, acelerar la captación de los primeros clientes y construir confianza rápidamente.

2.2.6. Estrategias derivadas del cruce FODA

Tabla 9.

Estrategias FO, FA, DO y DA

Estrategias FO (fortalezas-oportunidades)	Estrategias DO (debilidades-oportunidades)
Especialización en RIMPE: ofrecer planes diseñados para Negocios Populares y Emprendedores, con acompañamiento en cada recategorización (F1, F2, O1, O2).	Captación por alianzas: llegar a los primeros clientes mediante gremios, asociaciones y charlas gratuitas sobre el RIMPE (D1, D2, O1, O3).
Estrategias FA (fortalezas-amenazas)	Estrategias DA (debilidades-amenazas)
Diferenciación por confianza: informes claros, reunión mensual y garantía de presentación puntual frente a la oferta de bajo precio (F1, F2, A1, A2).	Gestión prudente: contratos con pago anticipado, límite de clientes por profesional y respaldo de procesos para no depender de una sola persona (D3, D4, A3).

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este capítulo interpreta los resultados de la encuesta aplicada a 38 potenciales clientes. Se presentan los resultados de las preguntas cerradas, se sintetizan las respuestas abiertas, se discuten los hallazgos con la literatura y se define el perfil y la segmentación del mercado objetivo. Algunas preguntas tienen menos de 38 respuestas porque no fueron obligatorias en el formulario.

3.1. Uso actual de servicios contables

La primera pregunta indagó si los participantes utilizan servicios contables externos. El 76,3 % (29 personas) respondió que no (figura 6). Este resultado confirma que existe un mercado amplio que todavía gestiona su contabilidad por cuenta propia o de manera informal y que podría incorporarse como cliente si encuentra un servicio accesible y confiable.

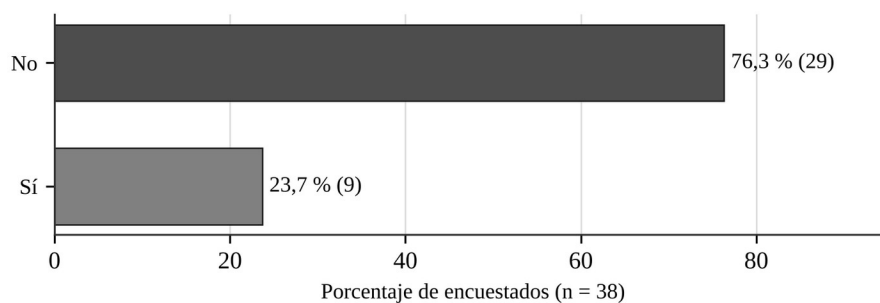


Figura 6: ¿Actualmente utiliza servicios contables externos?.

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Al preguntar si los servicios contables que utilizan están suficientemente personalizados, el 40,5 % respondió que sí, el 35,1 % que tal vez y el 24,3 % que no (figura 7). Que casi seis de cada diez participantes duden o nieguen que el servicio se adapta a sus necesidades evidencia un espacio claro para una propuesta personalizada.

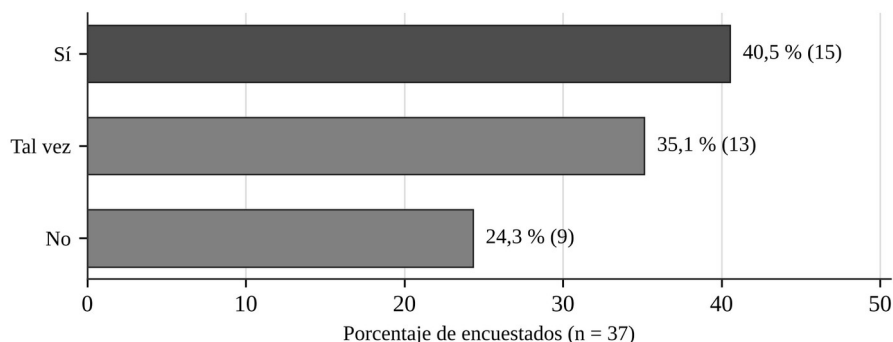


Figura 7: ¿Considera que los servicios contables que utiliza están suficientemente personalizados?.
 Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 37). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

3.2. Atributos valorados y servicios requeridos

El 36,8 % de los encuestados valora todos los atributos a la vez; entre quienes eligieron uno solo, predominan la precisión (28,9 %), la personalización (15,8 %) y la rapidez (13,2 %), mientras que el precio fue el menos mencionado (5,3 %) (figura 8). Este resultado respalda una estrategia de diferenciación por calidad y no por precio.

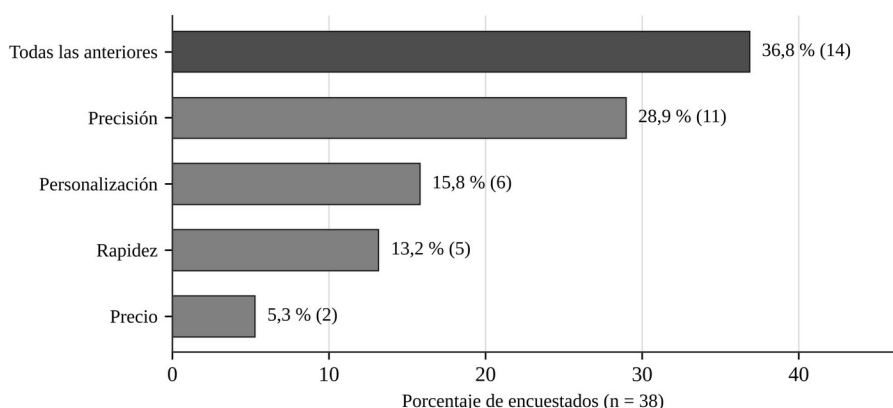


Figura 8: ¿Qué aspecto valora en un servicio contable?.
 Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

La pregunta sobre los servicios contables que el cliente considera imprescindibles —formulada en el cuestionario como “prescindibles”, aunque las respuestas se refieren a los servicios necesarios— muestra que la declaración de impuestos es el servicio más requerido (39,5 %) y que otro 39,5 % necesita todos los servicios, seguidos de la contabilidad diaria (13,2 %) (figura 9). En consecuencia, los planes de Contabit deben tener como núcleo las declaraciones tributarias y ofrecer paquetes integrales.

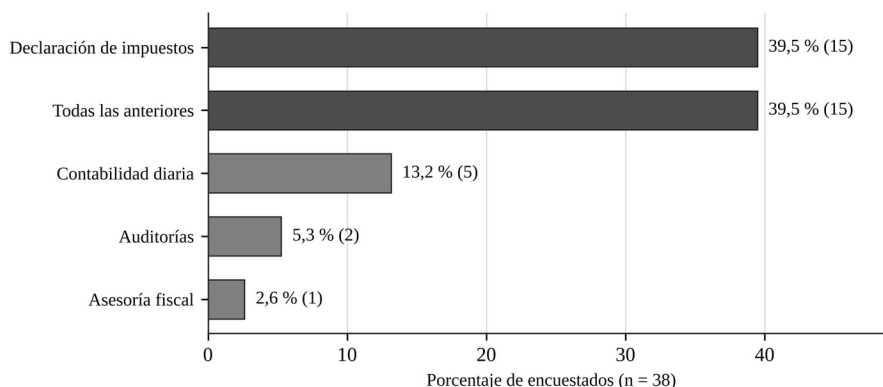


Figura 9: Servicios contables considerados necesarios.

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

3.3. Disposición a pagar, comunicación e informes

El 55,3 % de los participantes estaría dispuesto a pagar más por un servicio contable completamente adaptado a las necesidades de su negocio, y un 34,2 % adicional lo consideraría (figura 10). Solo el 10,5 % lo descarta. Este dato sustenta la posibilidad de fijar tarifas acordes con el valor del acompañamiento.

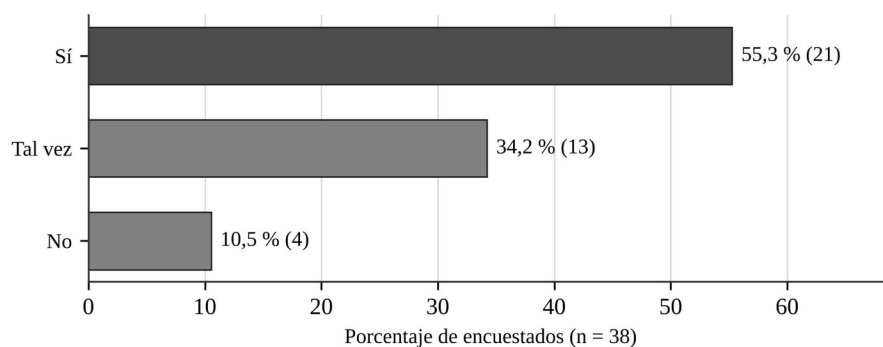


Figura 10: ¿Pagaría más por un servicio contable personalizado?.

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

En cuanto a la comunicación, el 57,9 % prefiere la atención presencial y el 23,7 % las reuniones programadas, frente al 13,2 % que prefiere el correo electrónico y el 5,3 % las videollamadas (figura 11). Por ello, la propuesta prioriza una oficina física y visitas al negocio del cliente, complementadas con canales digitales.

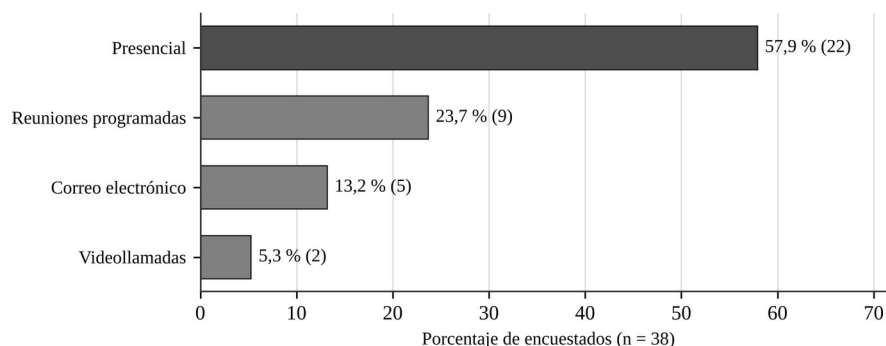


Figura 11: ¿Cómo prefiere comunicarse con su proveedor de servicios contables?.

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

El 78,9 % de los encuestados quisiera que su proveedor le ofreciera informes financieros más personalizados (figura 12). Es el resultado más contundente de la encuesta y define el elemento diferenciador de Contabit: un informe mensual en lenguaje sencillo, explicado en una reunión, que le permita al cliente entender la situación de su negocio.

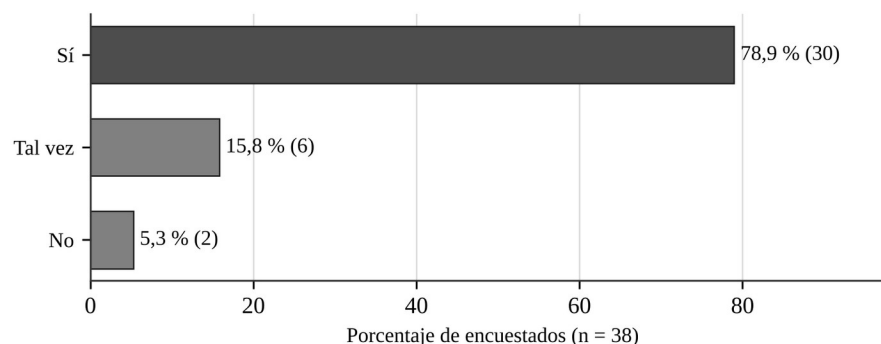


Figura 12: ¿Le interesaría recibir informes financieros más personalizados?.

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

3.4. Satisfacción y lealtad con el proveedor actual

Solo el 26,3 % recomendaría con seguridad a su proveedor actual, mientras que el 55,3 % se mantiene neutral y el 18,4 % considera improbable recomendarlo (figura 13). Aplicando la lógica del indicador de recomendación neta, la diferencia entre promotores e improbables es de apenas 7,9 puntos, lo que revela una lealtad débil.

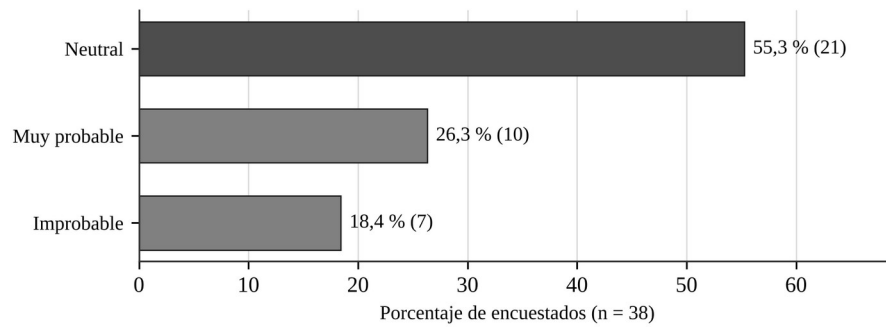


Figura 13: ¿Qué tan probable es que recomiende a su proveedor actual?.

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

La satisfacción general confirma este diagnóstico: el 55,3 % está satisfecho o muy satisfecho, pero un 34,2 % es neutral y un 10,5 % está insatisfecho (figura 14). La alta proporción de clientes neutrales representa un mercado que podría cambiar de proveedor si encuentra una propuesta mejor.

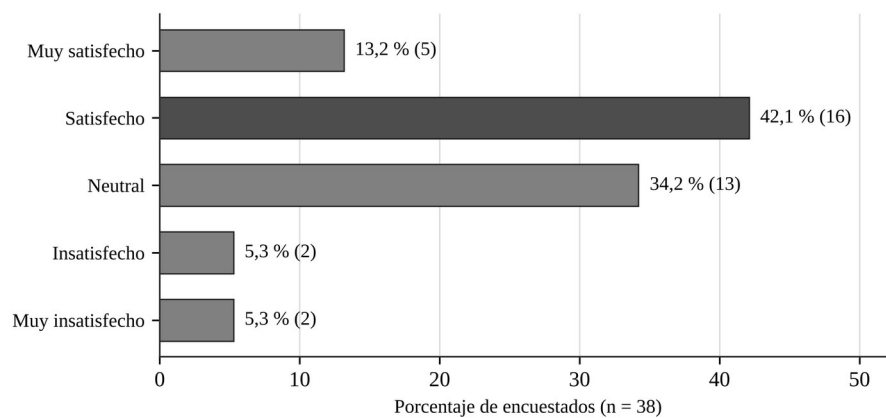


Figura 14: Nivel de satisfacción con los servicios contables actuales.

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes (n = 38). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

3.5. Síntesis de las preguntas abiertas

Las preguntas abiertas aportaron información cualitativa que se resume en la tabla 10.

Tabla 10.
Síntesis de las respuestas abiertas de la encuesta

Pregunta	Respuestas	Hallazgos principales
¿Con qué frecuencia necesita ajustes en su servicio contable?	29	Respuestas muy dispersas: “cada mes”, “a menudo”, “casi siempre”, “cada semana”, “cuando se tiene problemas” y “nunca”; predomina una necesidad mensual de revisión
¿Por qué cambiaría de proveedor?	31	Errores frecuentes, mala contabilidad, poca experiencia, falta de entrega de información, honradez y responsabilidad, seguridad y rapidez
¿Qué tan importante es la disponibilidad fuera del horario de oficina?	31	La mayoría la considera importante o útil en emergencias y ante dudas; algunos consideran suficientes los horarios establecidos
¿En qué medida confía en las recomendaciones de su contador?	30	Respuestas divididas: desde “confío mucho” y “muy confiable” hasta “en medida media”, “poco” o “10 %”

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Los motivos de cambio de proveedor son especialmente valiosos: ninguno se refiere al precio. Todos aluden a la calidad, la confiabilidad y la comunicación, lo que coincide con las dimensiones de fiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta que Zeithaml et al. (2018) identifican como determinantes de la calidad en los servicios profesionales.

3.6. Síntesis y discusión de resultados

Tabla 11.
Síntesis de resultados e implicaciones para la propuesta

Hallazgo	Evidencia	Implicación para Contabit
Mercado amplio sin servicio externo	76,3 % no usa servicios contables	Captar a negocios que se autogestionan, con planes de entrada accesibles
Servicio actual poco personalizado	59,4 % duda o niega la personalización	Diagnóstico inicial y plan de trabajo por cliente
Calidad antes que precio	Precio: 5,3 % de las preferencias	Diferenciación por precisión y confianza
Disposición a pagar por personalización	55,3 % sí; 34,2 % tal vez	Tarifas acordes con el valor del acompañamiento
Preferencia por atención presencial	57,9 % presencial; 23,7 % reuniones	Oficina física y visitas al negocio
Demanda de informes comprensibles	78,9 % quiere informes personalizados	Informe mensual explicado en reunión
Lealtad débil hacia el proveedor actual	Solo 26,3 % lo recomendaría	Oportunidad de atraer clientes insatisfechos o neutrales

Fuente: Encuesta aplicada a potenciales clientes
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Los resultados coinciden con lo planteado por Lovelock y Wirtz (2009): en los servicios de alto contacto, la relación personal y la confianza son tan importantes como el resultado técnico. También son coherentes con el contexto descrito en el Capítulo I, en el que la frecuencia de los cambios normativos convierte el acompañamiento en una necesidad permanente.

Como limitación, la muestra de 38 personas, obtenida por conveniencia, no permite generalizar los resultados a toda la población de Quito. La versión preliminar del trabajo indicaba que se habían aplicado 100 encuestas; sin embargo, los reportes del formulario muestran 38 respuestas, que son las que se analizan aquí. Se recomienda ampliar la muestra y validar la demanda con los primeros contratos.

3.7. Perfil y segmentación del mercado objetivo

Tabla 12.
Segmentación del mercado objetivo

Criterio	Segmento primario	Segmento secundario
Demográfico	Personas naturales RIMPE (Negocio Popular y Emprendedor) de 25 a 55 años	Microempresas y pequeñas S.A.S. con uno a nueve trabajadores
Geográfico	Norte y centro-norte del DM de Quito	Resto del DM de Quito, con atención virtual
Psicográfico	Valoran la cercanía y la explicación clara; desconfían de experiencias previas	Buscan información para decidir y acceder a crédito
Conductual	Requieren declaraciones mensuales o semestrales y apoyo en facturación	Requieren contabilidad completa, nómina y estados financieros

Fuente: Investigación propia, con base en Kotler y Armstrong (2018)
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE SOLUCIÓN

A partir del diagnóstico y de los resultados de la encuesta, este capítulo plantea tres alternativas para atender la necesidad identificada, las evalúa con criterios ponderados y desarrolla el diseño de la alternativa seleccionada: su modelo de negocio, sus planes de servicio, sus procesos, su plan de acción, sus recursos, su evaluación financiera, sus indicadores y su gestión de riesgos.

4.1. Alternativas de mejora

4.1.1. Descripción de las alternativas

Tabla 13.
Alternativas de solución planteadas

Aspecto	A. Oficina con atención híbrida y planes personalizados	B. Contador independiente solo virtual	C. Plataforma digital de autogestión contable
Concepto	Oficina en Quito, visitas al negocio y canales digitales; planes mensuales por tipo de cliente con informe y reunión mensual	Atención exclusivamente por WhatsApp, correo y videollamada, sin oficina	Aplicación o sistema en el que el usuario registra su información y recibe ayuda automatizada
Inversión estimada	USD 12.640,00	USD 1.500–2.500	USD 15.000–25.000 (desarrollo de software)
Ventajas	Responde a la preferencia por la atención presencial (57,9 %); genera confianza; permite crecer con personal	Muy bajo costo; implementación inmediata	Escalable; disponible en todo momento
Desventajas	Mayores costos fijos	No satisface la preferencia presencial; capacidad limitada; menor confianza	Alta inversión; exige conocimientos del usuario; no ofrece acompañamiento humano

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.1.2. Evaluación y selección

Tabla 14.
Matriz de evaluación ponderada de alternativas

Criterio	Peso	A	Pond. A	B	Pond. B	C	Pond. C
Respuesta a la necesidad	25 %	5	1,25	3	0,75	3	0,75
Rentabilidad esperada	20 %	4	0,80	3	0,60	3	0,60
Inversión requerida	15 %	3	0,45	5	0,75	2	0,30
Diferenciación	15 %	5	0,75	2	0,30	3	0,45
Riesgo	15 %	4	0,60	3	0,45	2	0,30
Viabilidad legal y operativa	10 %	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Total	100 %	4,25	3,15	2,70			

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

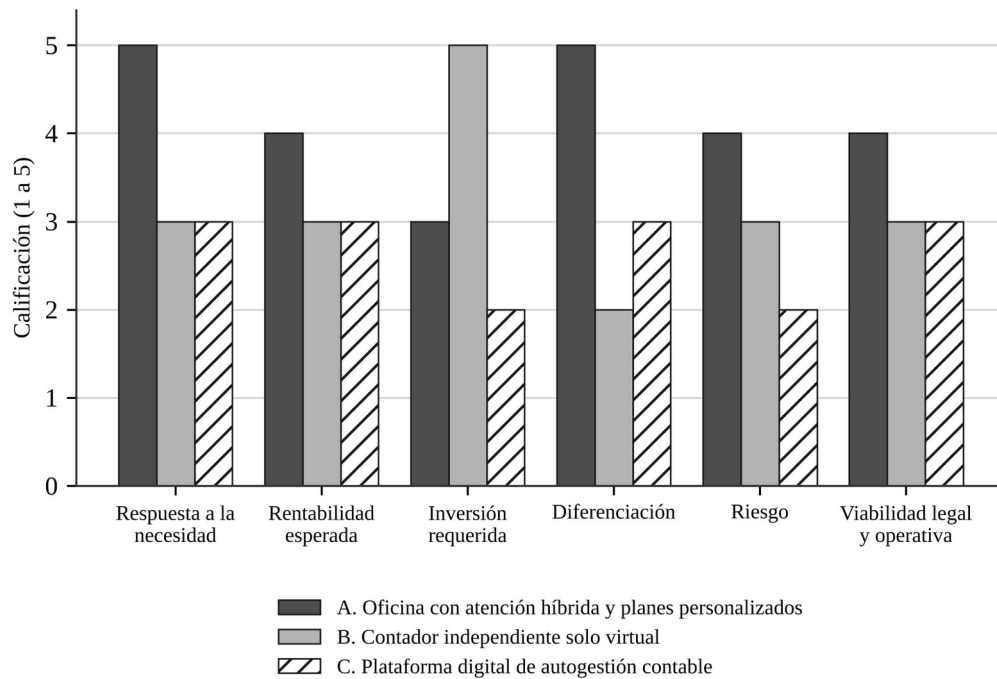


Figura 15: Calificación de las alternativas por criterio.
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

La alternativa A obtiene el mayor puntaje (4,25 sobre 5) porque responde a los hallazgos centrales de la encuesta: la preferencia por la atención presencial, la demanda de informes personalizados y la importancia de la confianza. Los canales virtuales de la alternativa B se incorporan como complemento, y la plataforma de la alternativa C se descarta en esta etapa por su costo y por no ofrecer el acompañamiento que el mercado valora.

4.2. Diseño de la solución

4.2.1. Modelo de negocio y propuesta de valor

La figura 16 resume el modelo de negocio de Contabit con el lienzo de Osterwalder y Pigneur (2010). La propuesta de valor se sintetiza así: “tu contabilidad al día, explicada en tu idioma y por una persona que conoce tu negocio”.

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmentos
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de software contable • Cámaras y asociaciones de emprendedores • Asesor legal y laboral • Institutos y universidades • Banca para crédito inicial 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico contable • Declaraciones y facturación • Reportes claros mensuales • Asesoría y seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad adaptada a cada negocio • Explicación en lenguaje sencillo • Cumplimiento puntual con el SRI • Atención presencial, virtual o en el negocio • Informes financieros comprensibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesor asignado • Reunión mensual • Encuesta de satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas naturales • RIMPE • Microempresas y emprendedores • Profesionales independientes • Pequeñas sociedades (S.A.S.)
	Recursos clave <ul style="list-style-type: none"> • Contador(a) CPA • Software y nube • Protocolos y plantillas • Marca Contabit 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Oficina en Quito • Visitas al negocio • WhatsApp y correo • Redes sociales y web 	
Estructura de costos		Fuentes de ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> • Remuneraciones y beneficios de ley • Arriendo, servicios y software • Marketing y movilización 		<ul style="list-style-type: none"> • Planes mensuales: Básico, Emprendedor y Pyme • Servicios puntuales (RUC, anuales, puesta al día) • Tarifa promedio de USD 75 (año 1) 		

Figura 16: Lienzo del modelo de negocio de Contabit.

Fuente: Adaptado de Osterwalder y Pigneur (2010). Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.2.2. Portafolio de servicios y precios

Los servicios se organizan en tres planes mensuales y un conjunto de servicios puntuales (tabla 15). Los precios se fijaron considerando el costo del tiempo profesional requerido por cada tipo de cliente y la disposición a pagar identificada en la encuesta; con una composición esperada de 40 % de clientes Básico, 40 % Emprendedor y 20 % Pyme, la tarifa promedio ponderada es de USD 75 mensuales.

Tabla 15.
Planes de servicio y precios referenciales

Plan	Servicios incluidos	Cliente objetivo	Precio mensual (USD)
Básico	Diagnóstico inicial, facturación electrónica, declaración y pago de la cuota RIMPE, informe trimestral y asesoría por WhatsApp	RIMPE Negocio Popular	40
Emprendedor	Lo anterior más registro de ingresos y gastos, declaraciones de IVA e impuesto a la renta, informe mensual y reunión de seguimiento	RIMPE Emprendedor y profesionales	70
Pyme	Contabilidad completa, nómina e IESS, retenciones, estados financieros NIIF para PYMES, informe gerencial y visita mensual	Microempresas y S.A.S. del régimen general	155
Servicios puntuales	Inscripción o actualización del RUC, puesta al día de declaraciones atrasadas, declaración anual, constitución de S.A.S.	Clientes nuevos o eventuales	25–150 por servicio

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.2.3. Estrategia comercial

Tabla 16.
Mezcla de marketing de servicios (7P)

Variable	Estrategia
Producto	Tres planes mensuales y servicios puntuales; informe mensual en lenguaje sencillo como elemento diferenciador.
Precio	Tarifas fijas por plan, con descuento por pago trimestral anticipado; primer diagnóstico gratuito.
Plaza	Oficina en el centro-norte de Quito, visitas al negocio del cliente y atención por WhatsApp, correo y videollamada.
Promoción	Charlas gratuitas sobre el RIMPE en gremios y asociaciones; contenido educativo en Facebook, Instagram y TikTok; perfil en Google Maps; programa de referidos con un mes gratis.
Personas	Contador(a) público(a) autorizado(a) y equipo capacitado en atención al cliente y protección de datos.
Procesos	Ciclo mensual estandarizado con revisión del contador antes de cada declaración y calendario de vencimientos.
Evidencia física	Oficina ordenada, contratos claros, informes con identidad visual de la marca y archivo bajo llave.

Fuente: Investigación propia, con base en Booms y Bitner (1981)
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.2.4. Proceso de prestación del servicio

El servicio se presta mediante un ciclo mensual estandarizado (figura 17). Cada declaración pasa por la revisión del contador o la contadora antes de enviarse al SRI, y cada mes termina con un informe y una encuesta breve de satisfacción, siguiendo el ciclo de mejora continua de Deming (1986).

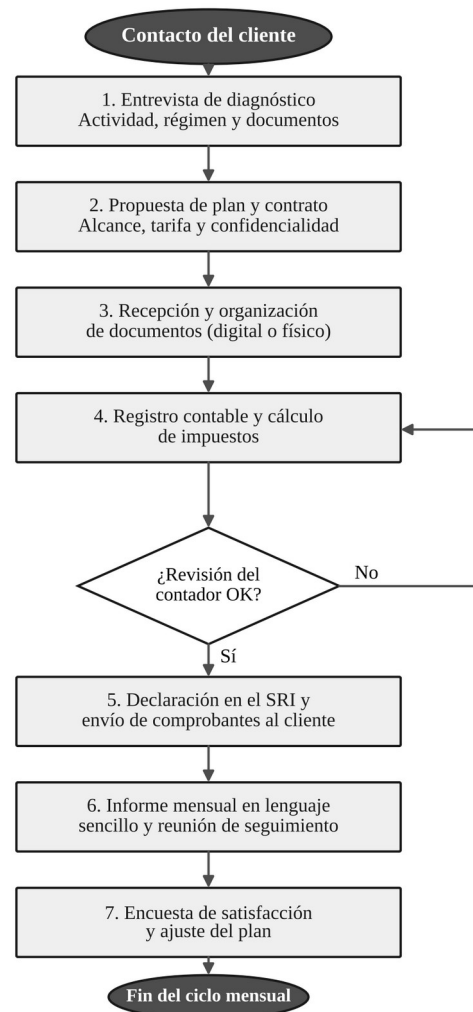


Figura 17: Diagrama de flujo del ciclo mensual de servicio.
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.2.5. Capacidad, infraestructura y protección de datos

Un contador puede atender con calidad entre 35 y 45 clientes pequeños al mes, según la complejidad de sus planes. Por ello, en el primer año la cartera promedio de 36 clientes la atiende un solo profesional, y desde el segundo año la incorporación de una asistente contable permite atender a 58 clientes en promedio y a 78 en el tercer año. La oficina, de unos 45 m², cuenta con una sala de reuniones para clientes, un área de trabajo y un archivo físico bajo llave (figura 18).

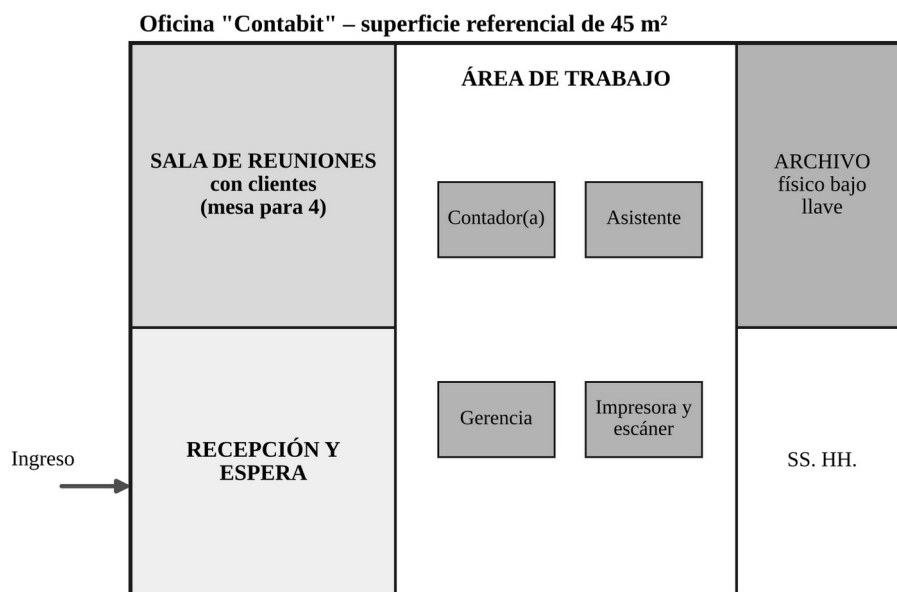


Figura 18: Distribución propuesta de la oficina.
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Dado que Contabit maneja información financiera, tributaria y personal, la empresa aplicará un protocolo conforme a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021): cláusula de confidencialidad en cada contrato, consentimiento del cliente para el tratamiento de sus datos, acceso restringido con contraseñas, respaldo diario en la nube, archivo físico bajo llave y destrucción segura de documentos.

4.3. Plan de acción

Tabla 17.
Plan de acción para la implementación

Fase	Actividades	Responsable	Recursos	Indicador de cumplimiento
1. Constitución (meses 1–2)	Constitución de la S.A.S., RUC, LUAE, permiso de bomberos, registro de marca, crédito y aporte de capital	Propietaria	USD 450 en trámites; aporte y crédito	Empresa constituida y con permisos al final del mes 2
2. Implementación (meses 2–3)	Arriendo y adecuación; compra de equipos y licencias; contratación del contador(a); plantillas, contratos y protocolo de datos	Propietaria	USD 5.340,00 en activos fijos	Oficina operativa al inicio del mes 3
3. Lanzamiento (meses 2–6)	Página web, redes y Google Maps; charlas gratuitas sobre el RIMPE; alianzas con gremios y asociaciones	Propietaria	USD 1.800 de marketing el primer año	20 clientes al mes 4 y 36 clientes promedio en el año 1
4. Consolidación (meses 4–12)	Seguimiento de satisfacción y retención; campaña de declaración anual; evaluación y decisión de contratar asistente	Propietaria y contador(a)	Encuesta mensual; tablero de indicadores	Retención $\geq$ 85 %; satisfacción $\geq$ 90 %

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

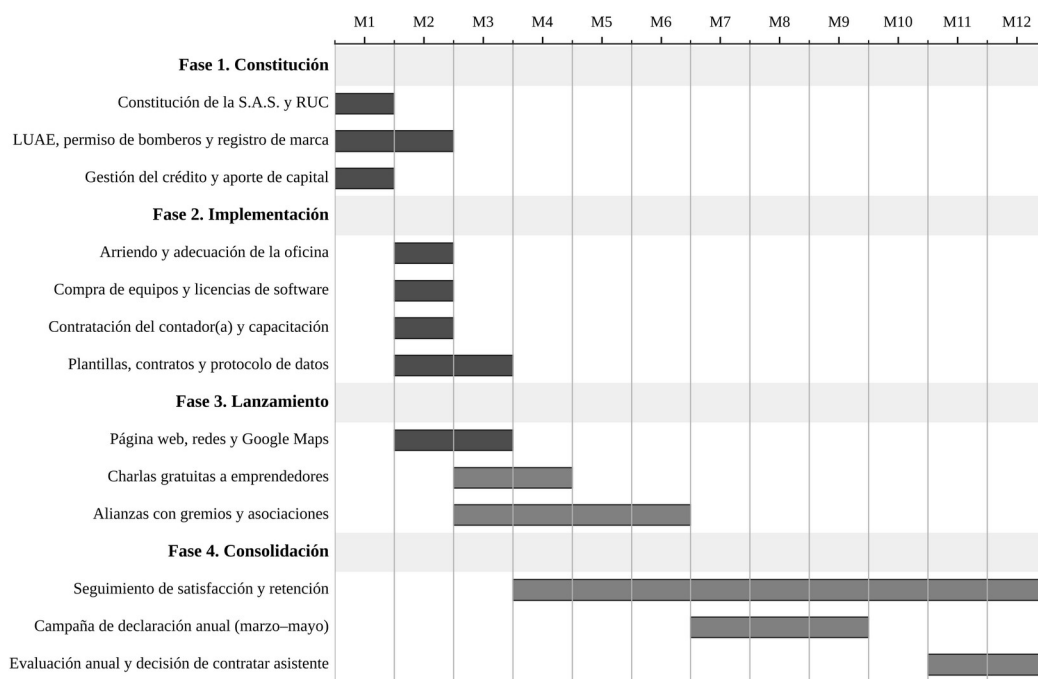


Figura 19: Cronograma de implementación (diagrama de Gantt).
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.4. Recursos necesarios: estudio económico

Las proyecciones se elaboran para 2026, 2027 y 2028 con base en la cartera promedio de clientes, la tarifa promedio por plan, los servicios puntuales — estimados en un 15 % de los ingresos recurrentes— y costos de mercado de Quito. La versión preliminar del trabajo no incluía estas proyecciones; además, sus tablas de costos presentaban errores de cálculo y sueldos inferiores al salario básico, que aquí se corrigen.

4.4.1. Plan de inversiones y financiamiento

Tabla 18.
Plan de inversiones

Categoría	Detalle	Valor (USD)
Activos fijos	Computadoras (3)	2.400,00
	Impresora multifunción y escáner	450,00
	Escritorios (3) y mesa de reuniones	1.050,00
	Sillas de trabajo y para clientes (6)	480,00
	Archivadores metálicos (2)	360,00
	Adecuación de la oficina	600,00
Subtotal activos fijos		5.340,00
Activos diferidos	Constitución de la S.A.S., RUC, LUAE y permisos	450,00
	Identidad de marca, página web y dominio	550,00
	Protocolos de protección de datos y contratos tipo	300,00
Subtotal activos diferidos		1.300,00
Capital de trabajo	Capital de trabajo (≈ 3 meses de costos fijos no cubiertos)	6.000,00
Subtotal capital de trabajo		6.000,00
Inversión total		12.640,00

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

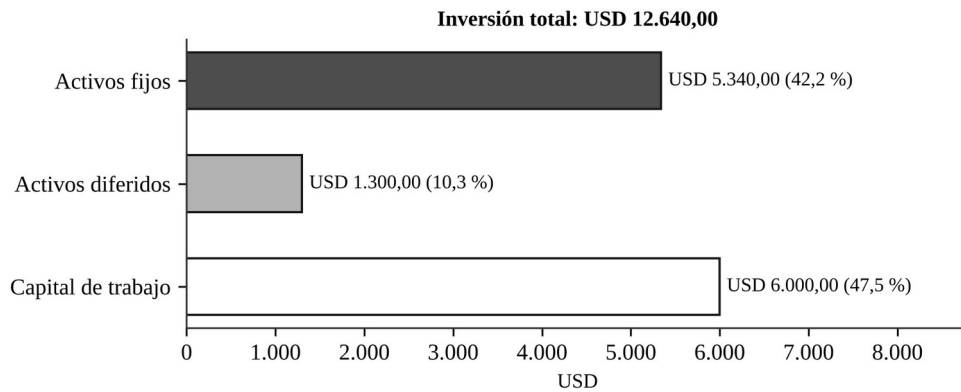


Figura 20: Estructura de la inversión inicial.
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Tabla 19.
Fuentes de financiamiento

Fuente	Monto (USD)	%	Condiciones
Aporte propio de la emprendedora	5.140,00	41 %	Capital social de la S.A.S.
Crédito productivo	7.500,00	59 %	Tasa referencial 12 % anual; 36 meses; cuota de USD 249,11
Total	12.640,00	100 %	

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

La inversión de USD 12.640,00 se financia con un aporte propio de USD 5.140,00 y un crédito productivo de USD 7.500,00 a 36 meses, con una tasa referencial del 12 % anual, cercana al promedio del crédito productivo para PYMES de 9,34 % reportado en julio de 2026 (Páez, 2026). La cuota mensual es de USD 249,11; la tabla de amortización consta en el Anexo 2.

4.4.2. Presupuesto de ingresos

Tabla 20.
Presupuesto de ingresos

Concepto	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
Clientes con plan mensual (promedio)	36	58	78
Tarifa promedio mensual (USD)	75,00	77,00	79,00
Ingresos por planes mensuales (USD)	32.400,00	53.592,00	73.944,00
Servicios puntuales (15 %) (USD)	4.860,00	8.038,80	11.091,60
Ingresos totales (USD)	37.260,00	61.630,80	85.035,60
Ingreso mensual promedio (USD)	3.105,00	5.135,90	7.086,30

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.4.3. Presupuesto de gastos

Tabla 21.

Presupuesto de gastos de personal (USD)

Concepto	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
Gerente-asesora (propietaria)	7.200,00	7.560,00	7.938,00
Contador(a) público(a) CPA	9.000,00	9.450,00	9.922,80
Asistente contable	–	6.073,20	6.376,86
Aporte patronal IESS (12,15 %)	1.968,30	2.804,61	2.944,88
Décimo tercer sueldo	1.350,00	1.923,60	2.019,81
Décimo cuarto sueldo	964,00	1.518,30	1.594,21
Fondos de reserva (8,33 %)	–	1.416,93	1.487,80
Total gastos de personal	20.482,30	30.746,64	32.284,36

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto; Vistazo (2025)

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Tabla 22.

Presupuesto de gastos generales, depreciación y amortización (USD)

Gasto	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
Arriendo de oficina	4.560,00	4.560,00	4.790,00
Servicios básicos, internet y telefonía	1.440,00	1.510,00	1.590,00
Software contable y facturación electrónica (licencias)	840,00	1.200,00	1.500,00
Marketing digital y material promocional	1.800,00	1.500,00	1.500,00
Movilización para visitas a clientes	960,00	1.200,00	1.440,00
Suministros de oficina	600,00	700,00	800,00
Capacitación y actualización tributaria	600,00	700,00	800,00
Seguro de responsabilidad y respaldo en la nube	480,00	500,00	520,00
Renovación de permisos (LUAE, bomberos)	–	150,00	160,00
Total gastos generales	11.280,00	12.020,00	13.100,00
Depreciación de activos fijos	1.199,00	1.199,00	1.199,00
Amortización de activos diferidos	260,00	260,00	260,00

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Los gastos de personal incluyen todos los beneficios de ley: aporte patronal al IESS (12,15 %), décimo tercero, décimo cuarto y, desde el segundo año, fondos de reserva; las remuneraciones se incrementan un 5 % anual. Los gastos generales incluyen el arriendo, los servicios básicos, las licencias de software, el marketing y la movilización para visitas a clientes (tabla 21 y tabla 22).

4.4.4. Estado de resultados proyectado

El estado de resultados descuenta un 4 % de costos variables por cliente (papelería, impresiones y comisiones de cobro), los gastos de personal y generales, la depreciación, la amortización y los intereses; luego aplica la participación de los trabajadores (15 %) y el impuesto a la renta del régimen general (25 %). Por prudencia se aplica el régimen general; su encuadre definitivo debe confirmarse con el SRI (tabla 23 y figura 21).

Tabla 23.
Estado de resultados proyectado (USD)

Concepto	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
(+) Ingresos totales	37.260,00	61.630,80	85.035,60
(-) Costos variables (4 %)	1.490,40	2.465,23	3.401,42
(=) Utilidad bruta	35.769,60	59.165,57	81.634,18
(-) Gastos de personal	20.482,30	30.746,64	32.284,36
(-) Gastos generales	11.280,00	12.020,00	13.100,00
(-) Depreciación y amortización	1.459,00	1.459,00	1.459,00
(=) Utilidad operativa	2.548,30	14.939,93	34.790,82
(-) Gastos financieros (intereses)	781,17	501,13	185,57
(=) Utilidad antes de participación	1.767,13	14.438,80	34.605,25
(-) Participación trabajadores (15 %)	265,07	2.165,82	5.190,79
(-) Impuesto a la renta (25 %)	375,51	3.068,24	7.353,62
(=) Utilidad neta	1.126,54	9.204,73	22.060,85
Margen neto	3,0 %	14,9 %	25,9 %

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

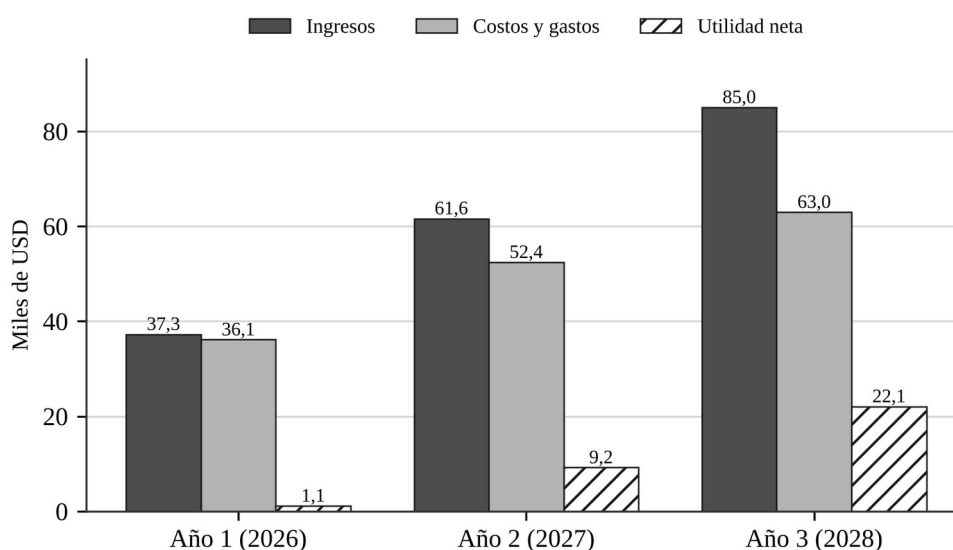


Figura 21: Evolución de ingresos, costos y gastos y utilidad neta.
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.4.5. Punto de equilibrio

Tabla 24.

Punto de equilibrio en número de clientes

Elemento	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
Costos fijos totales (USD)	34.002,47	44.726,77	47.028,93
Margen de contribución anual por cliente (USD)	993,60	1.020,10	1.046,59
Clientes de equilibrio	35	44	45
Clientes proyectados	36	58	78
Margen de seguridad	2,8 %	24,1 %	42,3 %

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

En el primer año, Contabit necesita en promedio 35 clientes con plan mensual para cubrir todos sus costos, frente a los 36 proyectados (figura 22). El margen es estrecho: el primer año es de construcción de cartera y el negocio opera prácticamente en equilibrio. Desde el segundo año, con 58 clientes frente a 44 de equilibrio, el margen de seguridad se amplía, a pesar de la incorporación de la asistente.

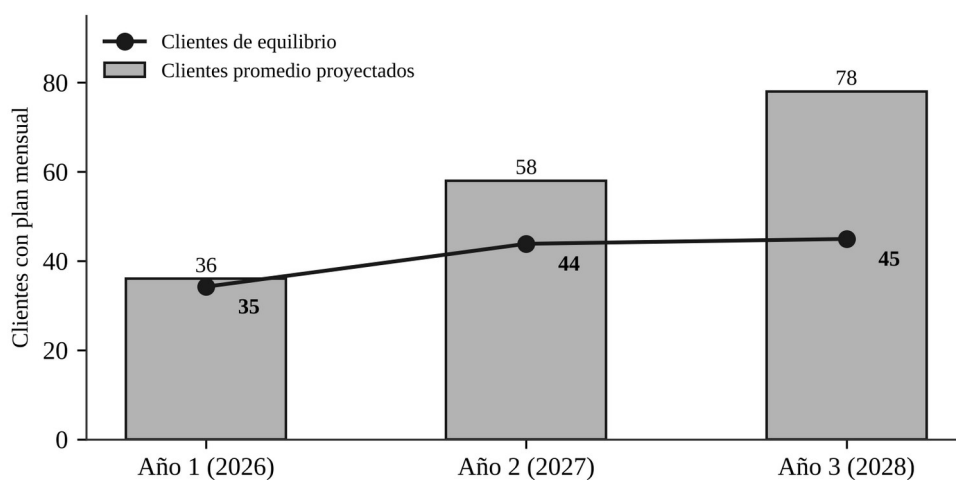


Figura 22: Clientes proyectados frente a clientes de equilibrio.

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.4.6. Flujo de caja y balance general proyectados

Tabla 25.

Flujo de caja financiero proyectado (USD)

Concepto	Año 0	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
Saldo inicial de caja	–	6.000,00	6.377,43	14.553,00
(+) Aporte propio	5.140,00	–	–	–
(+) Crédito productivo	7.500,00	–	–	–
(–) Activos fijos y diferidos	6.640,00	–	–	–
(+) Utilidad neta	–	1.126,54	9.204,73	22.060,85
(+) Depreciación y amortización	–	1.459,00	1.459,00	1.459,00
(–) Pago de capital del préstamo	–	2.208,12	2.488,16	2.803,72
(=) Flujo neto del período	6.000,00	377,43	8.175,57	20.716,12
Saldo final de caja	6.000,00	6.377,43	14.553,00	35.269,13

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Tabla 26.

Balance general proyectado (USD)

Concepto	Año 0	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
Caja y bancos	6.000,00	6.377,43	14.553,00	35.269,13
Activos fijos netos	5.340,00	4.141,00	2.942,00	1.743,00
Activos diferidos netos	1.300,00	1.040,00	780,00	520,00
Total activos	12.640,00	11.558,43	18.275,00	37.532,13
Préstamo por pagar	7.500,00	5.291,88	2.803,72	–
Capital social	5.140,00	5.140,00	5.140,00	5.140,00
Utilidades retenidas	–	–	1.126,54	10.331,28
Utilidad del ejercicio	–	1.126,54	9.204,73	22.060,85
Total patrimonio	5.140,00	6.266,54	15.471,28	37.532,13
Total pasivo + patrimonio	12.640,00	11.558,43	18.275,00	37.532,13

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.5. Evaluación financiera

4.5.1. VAN, TIR y período de recuperación

La evaluación se realiza sobre el flujo económico del proyecto, sin financiamiento, con una tasa mínima aceptable de rendimiento del 15 % anual; al final del tercer año se recuperan el capital de trabajo y el valor en libros de los activos (tabla 27 y figura 23).

Tabla 27.
 Flujo económico del proyecto y cálculo del VAN (USD)

Concepto	Año 0	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
Utilidad operativa	–	2.548,30	14.939,93	34.790,82
(–) Participación e impuesto a la renta	–	923,76	5.415,72	12.611,67
(+) Depreciación y amortización	–	1.459,00	1.459,00	1.459,00
(+) Capital de trabajo y valor residual	–	–	–	8.263,00
(–) Inversión inicial	12.640,00	–	–	–
Flujo económico neto	-12.640,00	3.083,54	10.983,20	31.901,14
Factor de descuento (15 %)	1,0000	0,8696	0,7561	0,6575
Flujo descontado	-12.640,00	2.681,34	8.304,88	20.975,52
VAN				19.321,74

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

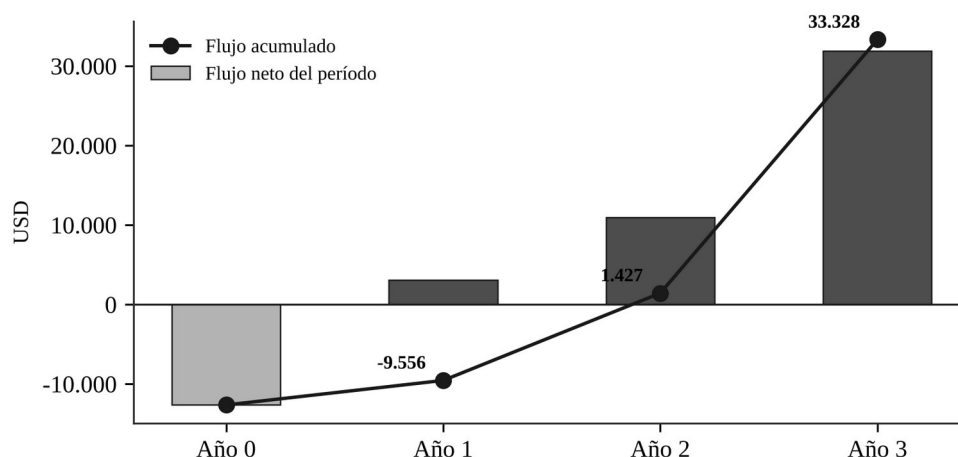


Figura 23: Flujo neto y flujo acumulado del proyecto.
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

El VAN de USD 19.321,74 y la TIR de 67,0 % confirman que el proyecto crea valor por encima del costo de oportunidad, y la inversión se recupera en aproximadamente 22,4 meses. La tabla 28 resume los indicadores de rentabilidad.

Tabla 28.
 Indicadores de rentabilidad

Indicador	Fórmula	Año 1 (2026)	Año 2 (2027)	Año 3 (2028)
ROE	Utilidad neta / patrimonio	18,0 %	59,5 %	58,8 %
ROA	Utilidad neta / activos totales	9,7 %	50,4 %	58,8 %
Margen neto	Utilidad neta / ingresos	3,0 %	14,9 %	25,9 %

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.5.2. Análisis de escenarios

Se evaluaron tres escenarios: pesimista, con 15 % menos ingresos por una captación más lenta; base; y optimista, con 10 % más ingresos (tabla 29 y figura 24).

Tabla 29.
Resultados del análisis de escenarios

Escenario	Variación de ingresos	VAN (USD)	TIR	PRI (meses)
Pesimista	-15 %	6.048,62	31,5 %	28,3
Base	0 %	19.321,74	67,0 %	22,4
Optimista	+10 %	27.578,48	87,8 %	17,9

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

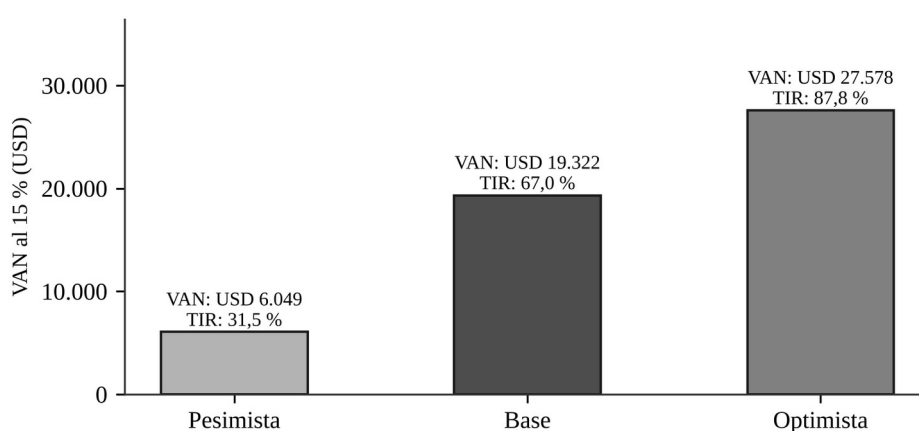


Figura 24: VAN y TIR según el escenario de demanda.
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Incluso en el escenario pesimista el VAN es positivo (USD 6.048,62), aunque en ese caso el primer año registraría pérdidas que deberían cubrirse con el capital de trabajo. La viabilidad depende, por tanto, de alcanzar al menos 35 clientes durante el primer año. La figura 25 y la tabla 30 sintetizan los indicadores del escenario base.



Figura 25: Síntesis de los indicadores de viabilidad.
Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Tabla 30.
 Resumen de indicadores de viabilidad financiera

Indicador	Resultado	Criterio	Decisión
Valor actual neto (VAN)	USD 19.321,74	$VAN > 0$	Viable
Tasa interna de retorno (TIR)	67,0 %	$TIR > TMAR (15 \%)$	Viable
Período de recuperación	22,4 meses	$PRI < 36$ meses	Viable
Punto de equilibrio (año 1)	35 clientes	Menor a 36 clientes	Viable, con margen estrecho
VAN escenario pesimista	USD 6.048,62	$VAN > 0$	Viable

Fuente: Estudio económico y financiero del proyecto
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.6. Resultados esperados e indicadores

Tabla 31.
 Indicadores de resultado de la propuesta

Perspectiva	Indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia	Responsable
Financiera	Cartera de clientes (cobertura)	Clientes con plan mensual activo	≥ 36 promedio (año 1)	Mensual	Gerente
Financiera	Cobertura del punto de equilibrio	Clientes activos / clientes de equilibrio	$\geq 1,05$ (año 1); $\geq 1,3$ (año 2)	Mensual	Gerente
Financiera	Morosidad	Facturas vencidas a 30 días / facturas emitidas $\times 100$	$\leq 5 \%$	Mensual	Gerente
Clientes	Permanencia	Clientes que siguen después de 6 meses / clientes iniciales $\times 100$	$\geq 85 \%$	Semestral	Gerente
Clientes	Satisfacción	Clientes satisfechos o muy satisfechos / encuestados $\times 100$	$\geq 90 \%$	Mensual	Gerente
Clientes	Recomendación neta	% promotores – % detractores	≥ 40 puntos	Semestral	Gerente
Procesos	Cumplimiento tributario	Declaraciones presentadas a tiempo / declaraciones totales $\times 100$	100 %	Mensual	Contador (a)
Procesos	Errores corregidos	Declaraciones sustitutivas por error propio / total $\times 100$	$\leq 1 \%$	Trimestral	Contador (a)
Aprendizaje	Actualización tributaria	Horas de capacitación por persona	≥ 40 h/año	Semestral	Gerente

Fuente: Investigación propia, con base en Kaplan y Norton (1996)
 Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

4.7. Gestión de riesgos y plan de contingencia

Tabla 32.

Matriz de riesgos y medidas de mitigación

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Medida preventiva	Respuesta
R1. Captación de clientes más lenta	Alta	Alto	Alianzas con gremios; charlas gratuitas; programa de referidos	Reducir gastos variables; ampliar la atención virtual
R2. Morosidad	Alta	Alto	Contrato con pago anticipado o débito; suspensión del servicio tras 30 días	Acuerdos de pago fraccionado
R3. Error en una declaración	Media	Muy alto	Revisión del contador antes de enviar; calendario de vencimientos	Declaración sustitutiva y asunción de la multa si el error es propio
R4. Cambios normativos	Media	Alto	Suscripción a boletines del SRI; capacitación continua	Comunicado oportuno a los clientes
R5. Filtración de datos de clientes	Baja	Muy alto	Protocolo de protección de datos; contraseñas; respaldo en la nube	Notificación a los afectados y a la autoridad; corrección inmediata
R6. Saturación del equipo	Media	Medio	Límite de 40 clientes por profesional	Contratación de apoyo o derivación ordenada
R7. Salida del contador(a)	Baja	Alto	Procesos documentados; acuerdo con un contador de respaldo	Contratación temporal del respaldo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

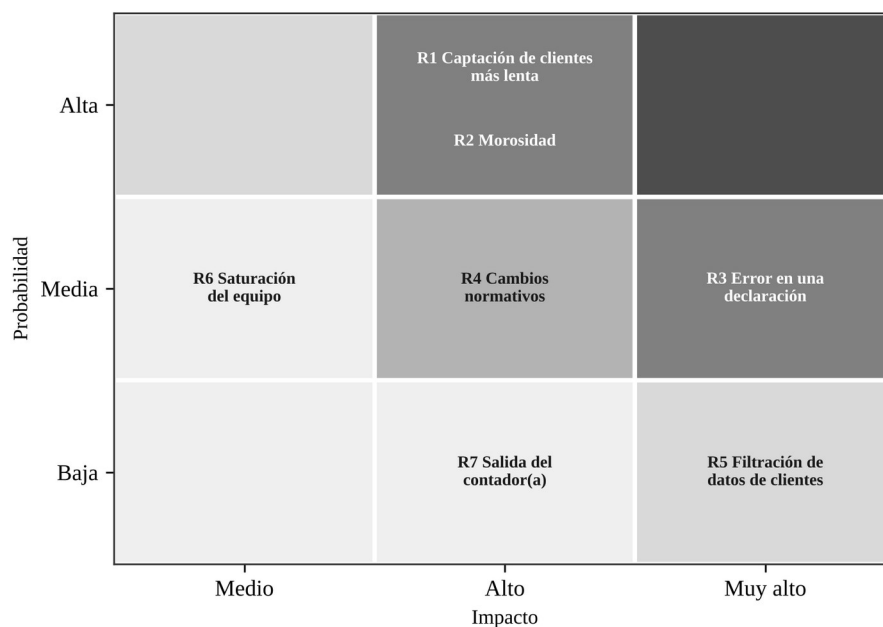


Figura 26: Mapa de calor de los riesgos identificados.

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Si la cartera no alcanza el punto de equilibrio durante seis meses consecutivos, se aplicará un plan de contingencia: atención exclusivamente virtual

para eliminar el arriendo, renegociación del crédito y concentración en los planes de mayor margen. Como último recurso, el plan de salida contempla la entrega ordenada de la información a cada cliente y la transferencia responsable de la cartera a otro profesional.

4.8. Impactos esperados

En el ámbito económico, el proyecto genera dos empleos formales en el primer año y tres desde el segundo, y contribuye a que sus clientes reduzcan multas y tomen mejores decisiones. En el ámbito social, facilita la formalización de pequeños negocios y su acceso al crédito, al contar con información financiera confiable. En el ámbito ambiental, la digitalización de documentos y la facturación electrónica reducen el uso de papel.

CONCLUSIONES

El marco referencial permitió sustentar la propuesta en los conceptos de contabilidad, cumplimiento tributario, personalización del servicio y plan de negocio, y definir a Contabit como una S.A.S. con una filosofía centrada en la confidencialidad, la cercanía y la claridad, una estructura plana y un marco legal plenamente ecuatoriano.

El diagnóstico confirmó una oportunidad real: en Quito el 93 % de las empresas son microempresas, buena parte de ellas en un régimen tributario que cambia con frecuencia, y la oferta de servicios contables es abundante pero poco personalizada. Las matrices EFE (2,76) y EFI (2,51) indican un entorno favorable y una posición interna aceptable, condicionada por la falta inicial de cartera y de trayectoria.

La encuesta a 38 potenciales clientes validó el enfoque: el 76,3 % no usa servicios contables externos, el precio fue el atributo menos valorado (5,3 %), el 55,3 % pagaría más por un servicio adaptado, el 78,9 % quiere informes financieros personalizados y solo el 26,3 % recomendaría con seguridad a su proveedor actual. Los motivos para cambiar de proveedor se relacionan con la calidad y la confianza, no con el precio.

La alternativa seleccionada —una oficina con atención híbrida y planes mensuales personalizados (4,25 sobre 5)— cuenta con un plan de acción, un cronograma, indicadores y una gestión de riesgos definidos. Con una inversión de USD 12.640,00, el proyecto genera un VAN de USD 19.321,74 y una TIR de 67,0 % y recupera la inversión en 22,4 meses; sin embargo, el primer año opera cerca del punto de equilibrio, por lo que la captación de clientes es el factor crítico de éxito.

En síntesis, la creación de Contabit es viable desde las dimensiones comercial, técnica, organizacional, legal y financiera, y representa una alternativa útil para que los pequeños negocios de Quito cumplan sus obligaciones con tranquilidad y gestionen mejor su información financiera.

RECOMENDACIONES

Iniciar la promoción y las alianzas con gremios y asociaciones de emprendedores antes de la apertura, con el objetivo de contar con al menos 20 clientes al cuarto mes y superar el punto de equilibrio dentro del primer año.

Contratar a un contador o contadora pública legalmente autorizada desde el inicio y documentar todos los procesos, para garantizar la calidad técnica del servicio y no depender de una sola persona.

Implementar desde el primer día el protocolo de protección de datos personales y los contratos de servicio con cláusulas de confidencialidad, alcance y forma de pago, para reducir los riesgos legales y la morosidad.

Medir cada mes la satisfacción, la permanencia y la recomendación de los clientes, y usar esos resultados para ajustar los planes, los horarios y el formato de los informes.

En futuras investigaciones, ampliar el estudio de mercado con una muestra probabilística de propietarios de microempresas de Quito y evaluar, a partir del tercer año, la factibilidad de una herramienta digital propia que complemente el acompañamiento personalizado.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (7.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Beltrán, J. (2026, 2 de julio). SRI recategoriza a contribuyentes del Rimpe desde el 1 de julio, ¿cómo saber si cambió de régimen? *Primicias*.
<https://www.primicias.ec/economia/sri-recategorizacion-rimpe-negocios-populares-emprendedores-regimen-general-ecuador-126928/>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3.^a ed.). Pearson Educación.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. En J. H. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of services* (pp. 47–51). American Marketing Association.
- Chanatasig, C. (2025, 3 de diciembre). Quito multiplica su población por ocho: la capital de Ecuador pasó de 319 mil habitantes a 2,6 millones en siete décadas. *El Diario*. <https://www.eldiario.ec/centro/quito-multiplica-su-poblacion-por-ocho-la-capital-de-ecuador-paso-de-319-mil-habitantes-a-2-6-millones-en-siete-decadas-20251203/>
- Código del Trabajo. (2005, 16 de diciembre). Registro Oficial Suplemento 167.
- David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica* (14.^a ed.). Pearson Educación.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. MIT Press.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12.^a ed.). Pearson Educación.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- Holguín, D. (2026, 2 de julio). Desde julio, SRI recategoriza a contribuyentes RIMPE. *Vistazo*. <https://www.vistazo.com/negocios/economia/2026-07-02-desde-julio-sri-recategoriza-contribuyentes-rimpe-FJ11091747>

- IFRS Foundation. (2015). *Norma Internacional de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES)*. IFRS Foundation.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024, 7 de febrero). *En Quito, la presencia de microempresas alcanza proporciones destacadas*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/quito-ecuador-empresas-microempresas-emprendimientos-datos/>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2010). *Fundamentos de estrategia*. Pearson Educación.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business School Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing* (17.^a ed.). Pearson Educación.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020, 28 de febrero). Registro Oficial Suplemento 151.
- Ley Orgánica de Protección de Datos Personales. (2021, 26 de mayo). Registro Oficial Quinto Suplemento 459.
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. (2004, 17 de noviembre). Registro Oficial Suplemento 463.
- Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19. (2021, 29 de noviembre). Registro Oficial Tercer Suplemento 587.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: Personas, tecnología y estrategia* (6.^a ed.). Pearson Educación.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados* (5.^a ed.). Pearson Educación.
- Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* (A/RES/70/1).
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Ortegón, E., Pacheco, J. F., & Prieto, A. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas* (Serie Manuales N.º 42). Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Páez, J. (2026, 16 de julio). ¿Buscas financiar tu empresa? Esta es la tasa promedio para sacar un crédito productivo. *Expreso*.
<https://www.expreso.ec/tramites-y-servicios/buscas-financiar-emprendimiento-tasa-promedio-sacar-credito-productivo-289455.html>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. The Free Press.
- Project Management Institute. (2021). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)* (7.^a ed.). Project Management Institute.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Administración* (13.^a ed.). Pearson Educación.
- Sánchez, E. (2026, 11 de mayo). Rimpe 2026 en Ecuador: El monto exacto que deberá pagar al SRI. *El Diario*. <https://www.eldiario.ec/centro/rimpe-2026-monto-pagar-sri-ecuador-11052026/>
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (5.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Vistazo. (2025, 15 de diciembre). Salario básico se fija en USD 482 para el 2026 en Ecuador: Gobierno confirma incremento de 12 dólares.
<https://www.vistazo.com/2025-12-15-salario-basico-usd-482-2026-ecuador-incremento-dolares-IC10565269>
- Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. USAID/MYPE Competitiva.
- Zapata Sánchez, P. (2017). *Contabilidad general: Con base en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)* (8.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7.^a ed.). McGraw-Hill Education.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario aplicado y tabulación de resultados

Objetivo: conocer el uso, la percepción y las expectativas de los pequeños negocios y emprendedores del DM de Quito respecto de los servicios contables personalizados. Aplicación mediante formulario digital; n = 38.

Pregunta / opción	Frecuencia	Porcentaje
1. ¿Actualmente utiliza servicios contables externos? (n = 38)		
No	29	76,3 %
Sí	9	23,7 %
2. ¿Qué aspecto valora en un servicio contable? (n = 38)		
Todas las anteriores	14	36,8 %
Precisión	11	28,9 %
Personalización	6	15,8 %
Rapidez	5	13,2 %
Precio	2	5,3 %
3. ¿Los servicios que utiliza están suficientemente personalizados? (n = 37)		
Sí	15	40,5 %
Tal vez	13	35,1 %
No	9	24,3 %
6. ¿Cuáles servicios contables considera prescindibles? (n = 38)		
Declaración de impuestos	15	39,5 %
Todas las anteriores	15	39,5 %
Contabilidad diaria	5	13,2 %
Auditorías	2	5,3 %
Asesoría fiscal	1	2,6 %
7. ¿Pagaría más por un servicio personalizado? (n = 38)		
Sí	21	55,3 %
Tal vez	13	34,2 %
No	4	10,5 %
8. ¿Cómo prefiere comunicarse con su proveedor? (n = 38)		
Presencial	22	57,9 %
Reuniones	9	23,7 %
Correo electrónico	5	13,2 %
Videollamadas	2	5,3 %
10. ¿Le interesarían informes financieros más personalizados? (n = 38)		
Sí	30	78,9 %
Tal vez	6	15,8 %
No	2	5,3 %
11. ¿Recomendaría a su proveedor actual? (n = 38)		
Neutral	21	55,3 %

Pregunta / opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy probable	10	26,3 %
Improbable	7	18,4 %
12. Nivel de satisfacción con su servicio actual (n = 38)		
Satisfecho	16	42,1 %
Neutral	13	34,2 %
Muy satisfecho	5	13,2 %
Insatisfecho	2	5,3 %
Muy insatisfecho	2	5,3 %

Preguntas abiertas: ¿Con qué frecuencia necesita ajustes o cambios en su servicio contable actual? (29 respuestas) · ¿Cuáles son las principales razones por las que cambiaría de proveedor de servicios contables? (31) · ¿Qué tan importante es que su proveedor esté disponible fuera del horario de oficina? (31) · ¿En qué medida confía en las recomendaciones de su contador? (30).

Nota: en el formulario original la pregunta 6 se redactó como “¿Cuáles servicios contables considera prescindibles?”; se recomienda corregirla por “imprescindibles” en futuras aplicaciones. Fuente: reportes del formulario de la encuesta. Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Anexo 2. Tabla de amortización del crédito

Mes	Cuota (USD)	Interés (USD)	Capital (USD)	Saldo (USD)
0	—	—	—	7.500,00
1	249,11	75,00	174,11	7.325,89
2	249,11	73,26	175,85	7.150,04
3	249,11	71,50	177,61	6.972,44
4	249,11	69,72	179,38	6.793,05
5	249,11	67,93	181,18	6.611,88
6	249,11	66,12	182,99	6.428,89
7	249,11	64,29	184,82	6.244,07
8	249,11	62,44	186,67	6.057,40
9	249,11	60,57	188,53	5.868,87
10	249,11	58,69	190,42	5.678,45
11	249,11	56,78	192,32	5.486,13
12	249,11	54,86	194,25	5.291,88
13	249,11	52,92	196,19	5.095,69
14	249,11	50,96	198,15	4.897,54
15	249,11	48,98	200,13	4.697,41
16	249,11	46,97	202,13	4.495,28
17	249,11	44,95	204,15	4.291,12
18	249,11	42,91	206,20	4.084,93
19	249,11	40,85	208,26	3.876,67
20	249,11	38,77	210,34	3.666,33
21	249,11	36,66	212,44	3.453,89
22	249,11	34,54	214,57	3.239,32
23	249,11	32,39	216,71	3.022,60
24	249,11	30,23	218,88	2.803,72
25	249,11	28,04	221,07	2.582,65
26	249,11	25,83	223,28	2.359,37
27	249,11	23,59	225,51	2.133,86
28	249,11	21,34	227,77	1.906,09
29	249,11	19,06	230,05	1.676,04
30	249,11	16,76	232,35	1.443,70
31	249,11	14,44	234,67	1.209,03
32	249,11	12,09	237,02	972,01
33	249,11	9,72	239,39	732,62
34	249,11	7,33	241,78	490,84
35	249,11	4,91	244,20	246,64
36	249,11	2,47	246,64	0,00
Total	8.967,86	1.467,86	7.500,00	

Nota: sistema de amortización francés; tasa nominal anual referencial de 12 %. Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Anexo 3. Modelo de informe mensual al cliente

Sección del informe	Contenido
1. Resumen del mes	Ingresos, gastos y resultado del mes explicados en tres frases
2. Obligaciones cumplidas	Declaraciones presentadas, valores pagados y fechas
3. Próximos vencimientos	Calendario de obligaciones del mes siguiente
4. Indicadores del negocio	Margen del mes, comparación con el mes anterior y gastos principales
5. Alertas y recomendaciones	Riesgos detectados (recategorización, retenciones, facturas pendientes) y acciones sugeridas
6. Documentos pendientes	Lista de comprobantes o información que el cliente debe entregar

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)

Anexo 4. Cláusulas mínimas del contrato de servicios

Cláusula	Contenido mínimo
Objeto y alcance	Plan contratado y servicios incluidos y excluidos
Honorarios y forma de pago	Valor mensual, fecha de pago, descuentos y efecto de la mora
Obligaciones del cliente	Entrega oportuna y veraz de la información y los comprobantes
Obligaciones de Contabit	Presentación puntual de declaraciones, informe mensual y reunión de seguimiento
Confidencialidad y datos personales	Tratamiento conforme a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y consentimiento del titular
Responsabilidad	Asunción de multas por errores imputables a Contabit
Terminación	Aviso previo de 30 días y entrega ordenada de la información al cliente

Elaborado por: Quiguango, T. (2026)