

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**“MODELO DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE
ASESORÍA CONTABLE PARA LAS MYPES DEL
DISTRITO DE CAMPOVERDE, PROVINCIA DE
CORONEL PORTILLO - AÑO 2020”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

CHRISTIAN CESAR YUMBATO SHUPINGAHUA

PUCALLPA – PERÚ

2020



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TITULOS
"Año de la Universalización de Salud"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

Siendo las 12:00 del día Martes 15 de Diciembre del 2020, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento de General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Migue Arevalo Rios (Presidente), Dr. Edgar Guizado Moscoso (Miembro), y CPC. Jorge Armando Palacios Valera (Miembro)**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"MODELO DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE ASESORIA CONTABLE PARA LAS MYPES DEL DISTRITO DE CAMPOVERDE, PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO – AÑO 2020"**, por el/la/los Bachilleres en Contabilidad: **Christian Cesar Yumbato Shupingahua**, y teniendo en cuenta:

Qué; según el Artículo 21º del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:


"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

- a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
- b) Aprobado por unanimidad y recomendación de publicación
- c) Aprobado por mayoría
- d) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

APROBADO POR UNANIMIDAD

Siendo las 13:00 del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.


.....
Dr. Migue Arevalo Rios
Presidente


.....
Dr. Edgar Guizado Moscoso
Miembro


.....
CPC. Jorge Armando Palacios Valera
Miembro



.....
Dr. Edgar Guizado Moscoso
Secretario Académico

ACTA DE APROBACIÓN

La presente tesis fue aprobada por los miembros del jurado evaluador de la facultad de ciencias económicas, administrativas y contables de la Universidad nacional de Ucayali, como requisito para optar el título profesional de Contador público.

Dr. Migue Arévalo Ríos



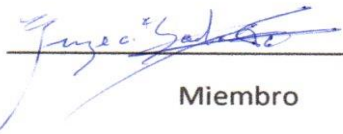
Presidente

Dr. Edgar Guizado Moscoso



Miembro

CPC. Jorge Armando Palacios Valera



Miembro

Dr. Rusvelth Paima Paredes



Asesor

Bach. Christian Cesar Yumbato Shupingahua



Tesista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION DE PRODUCCION INTELLECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

N° V/0277-2020

La Dirección General de Producción Intelectual, hace constar por la presente, que el Informe Final (Tesis) Titulado:

“MODELO DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE PARA LAS MYPES DEL DISTRITO DE CAMPOVERDE, PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO - AÑO 2020”

Cuyo autor (es) : YUMBATO SHUPINGAHUA, CHRISTAN CESAR
Facultad : CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Escuela Profesional : CONTABILIDAD
Asesor(a) : Dr. PAIMA PAREDES, RUSVELTH

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 01%**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se entrega la presente constancia.

Fecha: 17/11/2020



Dra. DINA PARI QUISPE
Dirección de Producción Intelectual

REPOSITORIO DE TESIS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACION DE TESIS

Yo, Christian Cesar Yumbato Shupingahua
Autor de la TESIS titulada:
«Modelo de negocio para una empresa de asesoría contable para las MYPES de distrito de Campo Verde, provincia de Coronel Portillo - Año 2020»

Sustentado el año: 2020
Con la asesoría de: Dr. Rusvelth Paima Paredes
En la Facultad de: Ciencias Económicas, Administrativas y contables
Carrera profesional de: Contabilidad

Autorizo la publicación de mi trabajo de investigación en el repositorio institucional de la Universidad Nacional de Ucayali, bajo los siguientes términos:

Primero: otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del repositorio institucional de la UNU, en forma digital sin modificar su contenido, en el Perú y el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto, me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas.

Tercero: autorizo la publicación,

Total (significa que todo el contenido de la tesis en PDF será compartido en el repositorio).

Parcial (Significa que solo la caratula, la dedicatoria y el resumen en PDF serán compartidos en el repositorio).

De mi TESIS de investigación en la pagina web del repositorio institucional de la UNU. En señal de conformidad firma la presente autorización.

Fecha: 12 / 01 / 2021

Email: christianyumbato@hotmail.com

Firma: 

Teléfono: 985 056 401

DNI: 47800679

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta Tesis de manera especial a mi esposa Katherine Castro Seijas y mi hijo Thiago Benjamín Yumbato Castro, quienes amo mucho y son el motivo para salir adelante y poder realizar todo lo que estoy haciendo en mi vida, Son quienes me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

También para mis padres Cesar Yumbato Tamani e Ysabel Shupingahua Ramírez, por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos. Me han dado todo lo que soy como persona., mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme su amor, la vida, la salud, la sabiduría y su cuidado, es quien me bendice dándome todo lo que necesito cada día de mi vida.

A mi esposa Katherine Castro Seijas, mi hijo Thiago Benjamín Yumbato Castro y a mis padres Cesar Yumbato Tamani e Ysabel Shupingahua Ramírez por todo el amor y el apoyo incondicional que me brindan ayudándome a ser más fuerte y salir adelante.

A la UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI, y en forma especial a la facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables por haber hecho posible la creación de la escuela profesional de contabilidad para poder así obtener el grado de CONTADOR PUBLICO, de la cual soy egresado, por ello, expreso mi reconocimiento .

A todos los docentes, Magísteres y Doctores que contribuyeron en transmitir sus conocimientos durante mi formación profesional.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCION.....	xviii
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
1.4. Hipótesis.....	4
1.5. Variables.....	5
1.6. Operacionalización de las variables.....	6
1.7. Justificación.....	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes del problema.....	8
2.2. Bases teóricas.....	12
2.3. Definición de términos básicos.....	23

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Método y diseño de la investigación.....	27
3.2. Población y muestra.....	28
3.3. Procedimiento de recolección de datos.....	30
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
3.5. Procesamiento de datos recolectados.....	32
3.6. Tratamiento de datos.....	32
3.7. Presentación de datos.....	33

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Características del modelo de negocio.....	34
4.2. Resultados de la investigación.....	40
4.3. Contraste de hipótesis.....	70
4.4. Discusión de resultados.....	80

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	83
5.2 Recomendaciones.....	86

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	88
---------------------------------	----

ANEXOS.....	94
-------------	----

Anexo N° 1: Matriz de consistencia.....	95
---	----

Anexo N° 2: Instrumento de recolección de datos y cuestionario.....	96
---	----

Anexo N° 3: Cuadro de operacionalización de variables.....	97
--	----

Anexo N° 4: Validación del instrumento por juicio de expertos.....	98
--	----

Anexo N° 4: Confiabilidad del cuestionario.....	99
---	----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Ha requerido usted algún tipo de asesoramiento en el área contable y/o tributaria durante el último año?.....	40
Tabla 2: ¿Utiliza usted los servicios de terceros para llevar la contabilidad de su negocio?.....	42
Tabla 3: ¿Su empresa usa alguna red social o página web para promocionar sus productos?.....	44
Tabla 4: ¿Realiza compras a través de internet ya sea de materias primas, insumos u otros productos?.....	46
Tabla 5: ¿Ha tenido alguna inconformidad con las disposiciones legales de la SUNAT?.....	48
Tabla 6: ¿Le han informado sobre las modificaciones de los regímenes tributarios vigentes?.....	50
Tabla 7: ¿Ha financiado su negocio mediante una deuda con alguna institución financiera?.....	52
Tabla 8: ¿Tiene algún tipo de problema en el pago de sus deudas?.....	54
Tabla 9: ¿Ha tenido necesidad de conocer con exactitud los costos de su empresa en los últimos 6 meses?.....	56
Tabla 10: ¿Le interesa proyectar los ingresos de su empresa en los próximos 6 meses?.....	58
Tabla 11: ¿Cree que es importante calcular las utilidades generadas por su empresa en los últimos 6 meses?.....	60

Tabla 12: ¿Considera que es conveniente estar informado sobre los estados financieros de su empresa?.....	62
Tabla 13: ¿Cree que es conveniente conocer cuánto viene pagando en impuestos?.....	64
Tabla 14: ¿Desea que su empresa continúe generando las mismas utilidades en los próximos 6 meses?.....	66
Tabla 15: Si conociera la situación contable de su empresa, ¿cree usted que mejorarían sus utilidades?.....	68
Tabla 16: Porcentaje de empresas que son compatibles técnica y legalmente para brindarles el servicio de asesoría contable.....	71
Tabla 17: Porcentaje de empresas que poseen compatibilidad económica para brindarles el servicio de asesoría contable.....	73
Tabla 18: Porcentaje de empresas que poseen compatibilidad financiera para brindarles el servicio de asesoría contable.....	76
Tabla 19: Porcentaje de empresas que son compatibles al modelo de negocio para la implementación de un servicio de asesoría contable.....	78

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Operacionalización de la variable de estudio	6
Cuadro 2: Clasificación de las empresas según su número de trabajadores y ventas máximas anuales.....	20
Cuadro 3: Resumen del plan de recolección de datos.....	30
Cuadro 4: Modelo de negocio Canvas para una empresa de asesoría contable para las Mypes del distrito de Campoverde.....	35

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura de lienzo del modelo Canvas.....	13
Figura 2: El lienzo de la Propuesta de Valor.....	14
Figura 3: Interrogantes sobre las alianzas clave.....	16
Figura 4: Componentes de la evaluación de factibilidad económica.....	18
Figura 5: La investigación aplicada.....	28
Figura 6: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P1.....	40
Figura 7: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P1.....	41
Figura 8: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P2.....	42
Figura 9: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P2.....	43
Figura 10: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P3.....	44
Figura 11: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P3.....	45
Figura 12: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P4.....	46
Figura 13: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P4.....	47
Figura 14: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P5.....	48

Figura 15: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P5.....	49
Figura 16: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P6.....	50
Figura 17: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P6.....	51
Figura 18: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P7.....	52
Figura 19: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P7.....	53
Figura 20: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P8.....	54
Figura 21: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P8.....	55
Figura 22: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P9.....	56
Figura 23: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P9.....	57
Figura 24: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P10.....	58
Figura 25: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P10.....	59

Figura 26: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P11.....	60
Figura 27: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P11.....	61
Figura 28: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P12.....	62
Figura 29: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P12.....	63
Figura 30: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P13.....	64
Figura 31: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P13.....	65
Figura 32: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P14.....	66
Figura 33: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P14.....	67
Figura 34: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P15.....	68
Figura 35: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P15.....	69

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se ha realizado en el contexto de las restricciones sanitarias por el tema del Covid 19 y tiene como objetivo general determinar si es factible un modelo de negocio para la implementación de una empresa de asesoría contable dirigida para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020. La metodología utilizada para el análisis de la problemática incluye un nivel de investigación exploratorio y descriptivo, puesto que no existen modelos de negocio propuestos anteriormente para contextos tan particulares como los del distrito de Campoverde, llevándose a cabo un diagnóstico analítico descriptivo de las condiciones actuales del mercado local. Para la obtención de información se utilizó como técnica la encuesta, la misma que, mediante un cuestionario, fue aplicada a los micro y pequeños empresarios cuyo negocio tiene domicilio fiscal en el distrito de Campoverde; la información recopilada se clasificó en tablas de MS Excel las mismas que permitieron generar gráficos de barras y diagramas circulares los cuales fueron debidamente analizados e interpretados. Para el contraste de hipótesis se utilizó la prueba normal para la proporción poblacional, encontrando que en tres de cuatro de ellas la hipótesis nula fue rechazada en forma categórica y en una de ellas no se tuvo la suficiente evidencia empírica para rechazarla. Al final se pudo concluir que existe la factibilidad para implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

Palabras Clave: Modelo de Negocio, Factibilidad, Campoverde.

ABSTRACT

This research work has been carried out in the context of sanitary restrictions due to Covid 19 and its general objective is to determine if a business model is feasible for the implementation of an accounting consulting company directed for more than 50% of the MYPES of the Campoverde district, during the year 2020. The methodology used for the analysis of the problem includes an exploratory and descriptive research level, since there are no business models previously proposed for contexts as particular as those of the Campoverde district, carrying out a descriptive analytical diagnosis of the current conditions of the local market. To obtain information, the survey was used as a technique, which, by means of a questionnaire, was applied to micro and small entrepreneurs whose business has a fiscal domicile in the Campoverde district; The information collected was classified in MS Excel tables, which allowed the generation of bar graphs and circular diagrams, which were duly analyzed and interpreted. To contrast hypotheses, the normal test for the population proportion was used, finding that in three of four of them the null hypothesis was categorically rejected and in one of them there was not enough empirical evidence to reject it. In the end, it was concluded that there is feasibility to implement an accounting consulting company for more than 50% of the MYPES in the Campoverde district during 2020.

Keywords: Business Model, Feasibility, Campoverde.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio lleva por título MODELO DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE PARA LAS MYPES DEL DISTRITO DE CAMPOVERDE, PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO - AÑO 2020 , y está contextualizado incluyendo los cambios en la forma como se brindan los servicios profesionales así como los nuevos usos y costumbres de los micro y pequeños empresarios que fueron provocados por la ocurrencia de la pandemia Covid – 19.

La importancia del presente estudio radica en que los emprendedores que deseen incursionar en el sector servicios dentro del distrito de Campoverde podrán contar con información reciente que les ayude a tener un mejor conocimiento del mercado local, así como las proyecciones para el corto y mediano plazo. La razón de ser de una nueva empresa no solo es tener un considerable volumen de ventas sino que deben crear, proporcionar y capturar valor a través de los servicios que brinden y de este modo también tendrá una mayor aceptación de sus clientes, aportando al crecimiento y desarrollo económico. Desde un enfoque más pragmático es sabido que, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT dentro de sus funciones está la de sancionar a quienes contravengan las disposiciones legales y administrativas de carácter tributario y aduanero, lo cual implica la posibilidad que una empresa que omite o evade voluntaria o involuntariamente sus obligaciones tributarias puede ser merecedora de multas u otras acciones coercitivas que son preferibles evitar, por lo que al determinar la factibilidad de implementar una empresa

de asesoría contable se estaría abriendo la posibilidad de disminuir significativamente el número de dichas sanciones.

Para poder alcanzar dichos objetivos se ha desarrollado la presente investigación ordenándola en cinco capítulos tal como se especifica a continuación:

Capítulo I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, descripción y formulación del problema, objetivos, Hipótesis, variables, operacionalización de las variables y justificación.

Capítulo II MARCO TEÓRICO, antecedentes de la investigación, las bases teóricas y definición de términos básicos.

Capítulo III: MARCO METODOLOGICO, método y diseño de la investigación, población y muestra, procedimiento de la recolección de datos, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, procesamiento de datos recolectados, tratamiento de datos y presentación de datos.

Capítulo IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN, constituido por los resultados y discusión de resultados.

Capítulo V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Al final se listan en orden alfabético las referencias bibliográficas y los anexos de la presente investigación.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Todo emprendedor nunca debe dejar de lado la contabilidad de su negocio, puesto que al margen de que tan grande o pequeña sea su empresa, debe declarar y pagar los impuestos que le corresponden, además las operaciones empresariales deben de realizarse cumpliendo las formalidades estipuladas en las normas tributarias y contables, por lo que ante algún tipo de incumplimiento puede terminarse pagando costosas multas que afectarían su normal desempeño.

Los problemas recurrentes que afrontan las Mypes se generan en forma involuntaria y se manifiestan cuando se cometen uno o más errores contables de manera sistemática. En orden de incidencia encontramos que casi todas las empresas que no cuentan entre su personal estable con un contador público no tienen debidamente estructurados los procesos, registros y metodologías que permitan garantizar un orden en el trabajo y es también frecuente el hecho de que se acumule cierto tipo de trabajo contable por carecer de la documentación soporte de ciertos asientos e incluso se llegan a dar casos en que no existe una forma efectiva de obtener los datos necesarios acerca de la contabilidad de la empresa tales como ciertos movimientos referidos a importes de caja no tienen el debido registro por lo que se llega a perder su rastro.

Cuando una empresa comienza a tener crecimiento en sus transacciones siempre llega el momento en que ciertas actividades amenazan con superar su capacidad para afrontarlas, haciéndose indispensable que se conecten en forma permanente las áreas de administración y contabilidad por lo que en el caso de las micro empresas, al no incluir entre su personal a un contador, quien administra llega a considerar la contabilidad como una molestia a la que hay que sacarla adelante de cualquier manera tratando de ahorrar tiempo simplificando el detalle de las partidas u omitiendo algunas de ellas haciendo que se genere una falsa imagen de la realidad poniendo en peligro su solvencia ya que generalmente se tiene como consecuencia de tales prácticas la omisión de importantes pagos que se deben afrontar en el corto plazo.

Es sabido que en nuestro país la mayoría de las Mypes no cuentan con un área contable por lo que lo recomendable es que recurran a la tercerización del servicio lo que más que un gasto se convertirá en una inversión estratégica puesto que su efecto inmediato será un mejor aprovechamiento de sus recursos. La asesoría contable brindada por profesionales certificados garantiza el diseño y/o ajuste de las estrategias acordes con las normas de información financiera vigentes, por lo que la empresa podrá hacer frente en forma exitosa incluso a una eventual auditoría, ya que en forma permanente los asesores se ocupan del control y vigilancia que permita tener las cuentas en orden y sea factible el cumplimiento de las obligaciones tributarias. La suma de todos los servicios contables hace que las finanzas de una empresa se encuentren en orden, además ayuda a la transparencia de las operaciones tal como saber cuáles son los impuestos que se deben pagar y cuáles son las fechas en que deben realizarse

estos pagos facilitando la toma de mejores decisiones que conlleven a optimizar los recursos y su permanencia y posicionamiento en el mercado. La delegación de tareas a otras empresas permite concentrarse en aquello que es verdaderamente relevante para el negocio; la externalización de servicios es una herramienta muy poderosa para aumentar la eficiencia y productividad de las organizaciones, asimismo, posibilita estimular mejor el talento del personal y reducir repetitivos ciclos de trabajo.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

- ¿Es factible implementar un modelo de negocio para una empresa de asesoría contable para las MYPES del distrito de Campoverde, provincia de coronel Portillo, durante el año 2020?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Existe la factibilidad técnica y legal para un negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020?
- ¿Existe la factibilidad económica para un negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020?
- ¿Existe la factibilidad financiera para un negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo general

- Determinar si es factible un modelo de negocio para la implementación de una empresa de asesoría contable dirigida para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar si existe la factibilidad técnica y legal de un modelo de negocio para implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.
- Determinar si existe la factibilidad económica de un modelo de negocio para implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.
- Determinar si existe la factibilidad financiera de un modelo de negocio para implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.

1.5 HIPÓTESIS

1.5.1 Hipótesis general

- Existe Factibilidad para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

1.5.2 Hipótesis Específicos

- Existe la factibilidad técnica y legal para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.
- Existe la factibilidad económica para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.
- Existe la factibilidad financiera para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

1.5 VARIABLES

1.4.1 Variable única

- Factibilidad de la implementación de una empresa de asesoría contable.

1.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro 1: Operacionalización de la variable de estudio

VARIABLE	DEFINICIONES		DIMENSIONES	INDICADORES	FACTORES DE MEDICIÓN
	CONCEPTUAL	OPERACIONAL			
FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE	Es una evaluación que busca demostrar que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, acopiando evidencias de que se ha planificado cuidadosamente y considerando los costos que involucra implementarlo y mantenerlo en funcionamiento. (Gamito, 2010)	Es la posibilidad real de que un negocio inicie sus operaciones y se pueda sostener en el tiempo. Incluye el análisis de las personas y tecnologías disponibles así como de los recursos económicos y financieros con que cuentan los emprendedores. (Weinberger, 2009)	FACTIBILIDAD TÉCNICA Y LEGAL	Disponibilidad de Recurso Humano	Contadores públicos que trabajarán para la empresa
				Accesibilidad de las TICs necesarias	Redes de conectividad existentes
				Disposiciones legales restrictivas	Requisitos para el funcionamiento de una empresa
			FACTIBILIDAD ECONÓMICA	Disponibilidad de capital	Activos líquidos y capacidad de endeudamiento
				Costos e ingresos proyectados	Ratio Beneficio / Costo
			FACTIBILIDAD FINANCIERA	Rentabilidad	Rendimiento sobre la inversión
				Sostenibilidad en el horizonte temporal	Ratios de liquidez

Fuente: Elaboración propia

1.7 JUSTIFICACIÓN

La zona céntrica del distrito de Campoverde está ubicada a sólo 34 km de la capital regional, lo cual facilita que sus pobladores se abastezcan de productos y servicios en la ciudad de Pucallpa, siendo el servicio de asesoría contable uno de los más requeridos, y al no brindarse dentro de la jurisdicción del distrito se dificulta la dinámica empresarial e impide que nuevos emprendedores cuenten con orientación oportuna para poder formalizarse. Las actividades económicas predominantes son la agricultura y el comercio en pequeña escala, los emprendedores en su mayoría no

poseen formación de nivel superior por lo que los servicios on line aun no los consideran convenientes, a tal punto que en los días de mayor incidencia de contagio del Covid-19 casi todos los servicios públicos estuvieron suspendidos en su modalidad presencial dándoles la opción de acceder a ellos a través del internet, pero la postura de los micro y pequeños empresarios fue esperar a que se retorne al tipo de atención tradicional por lo que en las condiciones actuales los servicios por medios digitales no son una buena alternativa. Como en todo lugar, la población prefiere los establecimientos y oficinas más cercanas a su domicilio para realizar sus trámites y/o transacciones no solo por el ahorro de tiempo y dinero para movilizarse sino por un tema de identificación con el lugar que habitan, es por esta y otras razones que resulta pertinente evaluar la factibilidad de implementar nuevas empresas que brinden los servicios profesionales más requeridos y que tengan una ubicación favorable para la mayoría de empresarios del distrito.

La investigación ayudará a las empresas del sector servicios a innovar o actualizar sus modelos de negocio, empleando para ello herramientas electrónicas on line que les permitirán ampliar sus horizontes de ventas e incrementar sus utilidades. El modelo de negocio que se propondrá en el trabajo de investigación será orientado básicamente a la creación de valor para las empresas de servicios profesionales, explorando las potencialidades de un mercado que no cuenta con competidores posicionados y que presenta ventajas comparativas en lo referente a ubicación geográfica y accesibilidad, factores que ayudarían a reducir considerablemente los costos operativos.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

2.1.1 Antecedentes internacionales

Fajardo y Giraldo (2016). En su tesis titulada *Diseño de propuesta de creación del centro de asesoría administrativa, financiera, tributaria en la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil dirigido a los microempresarios del barrio Cuba*, plantearon como objetivo principal brindar asesorías a los dueños de los pequeños negocios del sector del barrio Cuba, para el correcto uso de los recursos dentro de sus actividades administrativas, financieras y tributarias, a fin de que puedan lograr desarrollarse y consolidarse en sus negocios con responsabilidad ciudadana. En su estudio señalan que en el sector del Barrio Cuba no existe un centro de asesoría que brinde sus servicios gratuitos a los microempresarios de dicho sector. Llegaron a la conclusión que el proyecto es viable, ya que el 76% de los microempresarios estaría dispuesto a recibir una asesoría para el desarrollo y crecimiento de sus negocios familiares.

Morato y Osorio (2017). En su trabajo de investigación titulado *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría contable, tributaria y financiera a nivel público y privado en la ciudad de Chiquinquirá*, tuvieron como objetivo general elaborar un estudio de

factibilidad para la creación de un centro de asesoría contable, tributaria y financiera a nivel público y privado en la ciudad de Chiquinquirá. Justificaron su investigación señalando que dicha empresa especializada en asesoría contable, tributaria y financiera responderá a las necesidades de la población prestando el servicio de orientación. Concluyeron expresando que es viable la creación de la empresa de asesoría, asimismo, satisfacer las necesidades de la población de la ciudad de Chiquinquirá que busca la materialización de ideas de negocios.

Freire y Díaz (2015). Realizaron una investigación la cual se tituló *Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de asesoría tributaria y contable en el Cantón Naranjito*, y cuyo objetivo general fue analizar los factores que inciden en el conocimiento de aspectos, contables y tributarios de los microempresarios situados en el Cantón Naranjito, a través de la aplicación de herramientas investigativas, con la finalidad de determinar los efectos en el desempeño de sus actividades comerciales. La importancia de su estudio recae en que permitió a los microempresarios de su localidad tener una guía en su accionar en las organizaciones que presiden con el propósito de posicionarlos como empresarios líderes en su mercado local. Finalmente concluye que de acuerdo con la encuesta realizada, el negocio sería altamente rentable ya que las empresas dedicadas a las asesorías son escasas y no cubren las necesidades ni las expectativas de los microempresarios del lugar.

Antecedentes nacionales

García y Pizarro (2015). En su tesis titulada *Plan de negocio para la creación de un estudio contable, año 2017*, plantearon como objetivo general demostrar la factibilidad comercial, técnica, organizacional, económica y financiera de los servicios contables ofrecidos como tercerización. Su estudio encuentra que es conveniente que el negocio se especialice a tal punto que le permita desarrollar una nueva forma de brindar los servicios en tiempo parcial con actividades que pueden agregarse y de modo presencial o virtual. A través de la elaboración del plan de negocio, llegaron a la conclusión de que el negocio es factible por el alto nivel de aceptación que tendría en el mercado, contando además con las capacidades, herramientas y conocimientos requeridos, determinando que el negocio es solvente y tendría la capacidad financiera suficiente para acceder a créditos.

Lossio (2016). En su estudio que lleva por título *Plan de negocio para una consultora de pequeñas y medianas empresas en el Perú* planteó como objetivo general definir un modelo de negocios rentable que permita entregar a las pequeñas y medianas empresas un servicio de consultoría más elaborado y completo que una asesoría, que se adapte a sus circunstancias, y que de esta manera pueda ayudarlos eficazmente a continuar sostenidamente con su crecimiento, reduciendo así la enorme cantidad de empresas que quiebran. Concluye su estudio expresando que

el negocio es viable ya que cuentan con un entorno empresarial y económico favorable, puesto que los pequeños empresarios buscan una asesoría contable confiable que sea capaz de aportar esa guía que necesita su negocio para desarrollarse y que permita resolver los problemas del día a día.

Laurie y Surichaqui (2015). En su trabajo de investigación titulado *Implementación del estudio contable L&S SAC en el distrito de Los Olivos*, tuvieron como objetivo principal desarrollar un negocio teniendo en cuenta el nivel político, jurídico, económico, financiero, tecnológico y comercial. La importancia de su investigación recae en que aportará beneficios a las MYPES-Empresarios para acceder a servicios de asesoramiento personalizado, otorgando credibilidad a sus clientes hasta la facilidad de acceder a un crédito para su capital de trabajo. Concluyeron que el negocio es viable y rentable, ya que no cuenta con amenazas u otro tipo de riesgos generados por la competencia, además de que la economía local es atractiva para los pequeños empresarios de la zona.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Modelo de negocio

“La esencia de un modelo de negocio es la forma en la que una organización entrega valor a los clientes, les seduce para que le paguen por el valor entregado y convierte esos pagos en beneficios” (Teece, 2010, p. 43).

“Es la forma en la que una organización ha decidido hacer las cosas. Es decir, su sistema consistente para crear y entregar valor a los clientes y obteniendo un beneficio de esa actividad, así como una rentabilidad para sus accionistas” (Davenport, Leibold y Voelpel, 2006, p. 37).

“Es un conjunto de elecciones y un conjunto de consecuencias derivados de dichas elecciones. Existen tres tipos de elecciones: políticas, recursos, y la gestión de activos.” (Ricart, 2009, p. 24).

2.2.2 Modelo Canvas

“Es una herramienta que se emplea para analizar y crear modelos de negocio de manera simplificada. Se visualiza de forma global en un lienzo segmentado en los principales aspectos que abarcan al negocio y gira entorno a una propuesta de valor que se ofrece. Se usa para pasar de idea a proyecto y crear nuestra idea en un modelo empresarial” (Osterwalder y Pingneur, 2011, p. 25).



Fuente: Osterwalder y Pigneur, 2011

Figura 1. Estructura de lienzo del modelo Canvas.

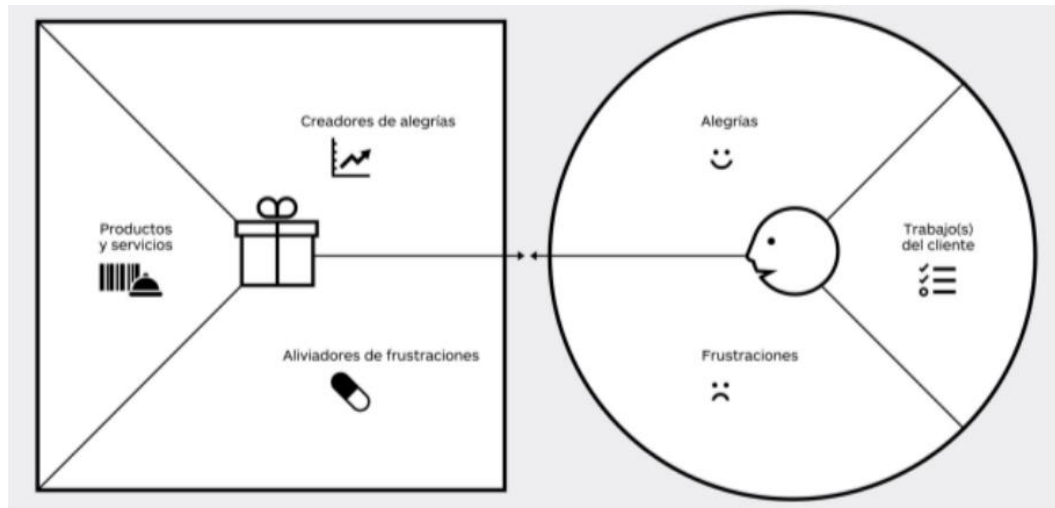
A. Segmento de clientes

“Es la partición del mercado total en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y de motivaciones de compra, susceptibles de constituir mercados potenciales distintos” (Lambin, Gallucci y Sicurello, 2009, p. 183).

“Los clientes pueden ser segmentados de acuerdo a sus características como: sus requerimientos, la manera de llegar hacia ellos a través de canales de distribución específicos, relacionamiento diferenciado entre empresa y cliente” (Osterwalder, Pigneur y Vázquez, 2012, p. 20).

B. Propuesta de valor

“La propuesta de valor es el conjunto de beneficios o valores que pretende entregar a los consumidores para satisfacer sus necesidades”. (Kotler y Armstrong, 2006, p. 6)



Fuente: Osterwalder y Pingneur, 2015

Figura 2. El lienzo de la Propuesta de Valor

C. Canales

“Consiste en el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto, al paso de éste del productor al consumidor o usuario de negocios final” (Stanton, Etzel y Walker, 2007, p. 404).

D. Relaciones con clientes

“Es crear relaciones rentables con los clientes, relacionarse de manera inteligente con sus clientes, de modo que ellos a cambio de una propuesta de valor entregaran recursos a la empresa” (Kotler, Armstrong, Dionisio y Cruz, 2004, p.15).

E. Fuentes de ingresos

“Los ingresos son aumentos en los activos de la compañía provenientes de sus actividades orientadas hacia las utilidades y que origina flujos de efectivo positivos” (Meigs, Williams, Haka, Bettner, Arango y Cardona, 2000, p. 51)

F. Recursos clave

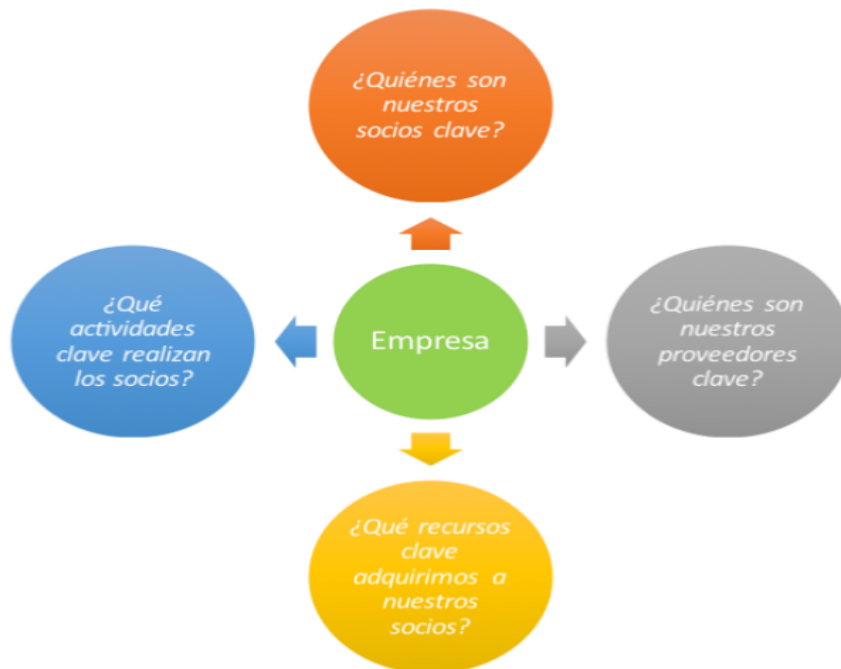
“Los recursos son escasos cuando las cantidades que se disponen de él no son suficientes para satisfacer todas las necesidades productivas”. (Krugman y Wells, 2012, p. 6)

G. Actividades clave

“Es como un ensamblaje de una construcción, una ordenación relativamente duradera de las partes de un todo y su relación entre ellas”. (Hernández y Rodríguez, 2002, p. 84)

H. Alianzas clave

“Es cualquier grupo o individuo que pueda afectar o sea afectado por el logro de los objetivos de la organización” (Freeman, 2010, p. 46)



Fuente: Osterwalder, Pigneur, y Vázquez, 2012

Figura 3. Interrogantes sobre las alianzas clave

I. Estructura de costos

“Es la suma de distribuciones, es decir, el costo inicial de un activo o servicio adquirido se refleja en el desembolso de dinero en efectivo y otros valores, o sea, un pasivo incurrido” (Backer, Jacobsen, y Ramírez, 2000, p. 03).

2.2.3 Factibilidad

“Es una evaluación que busca demostrar que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, acopiando evidencias de que se ha planificado cuidadosamente y considerando los costos que involucra

implementarlo y mantenerlo en funcionamiento.” (Gamito, González y Martínez, 2010, p. 133)

“Es la posibilidad real de que un negocio inicie sus operaciones y se pueda sostener en el tiempo. Incluye el análisis de las personas y tecnologías disponibles así como de los recursos económicos y financieros con que cuentan los emprendedores.” (Weinberger, 2009, p. 65)

2.2.4 Factibilidad técnica

“Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Además indica si se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo, de no ser así, si existe la posibilidad de generarlos o crearlos en el tiempo requerido por el proyecto” (Bóveda, Oviedo y Yakusik, 2015, p. 75).

2.2.5 Factibilidad económica

“Es el resultado del análisis de los costos totales y la inversión inicial cuyo origen son los estudios de mercado, pues estos dependen de la producción planteada y la tecnología seleccionada” (Burneo, 2016, p. 306).

“El estudio de la factibilidad económica, ayuda a realizar el análisis costo-beneficio del sistema, el mismo que permitirá determinar si es factible desarrollar económicamente el proyecto. La factibilidad económica se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización” (Arias, 2012, p. 127).



Fuente: Arias, 2012

Figura 4. Componentes de la evaluación de factibilidad económica

2.2.6 Factibilidad financiera

“La medición de la factibilidad financiera de un proyecto permite a quien emprende tener una panorámica más acabada de qué esperar de la inversión y cómo actuar al respecto. Su mayor utilidad radica en que le otorga al inversionista la capacidad de decidir si vale la pena o no poner en marcha la idea de negocio.” (Rojas y Roca, 2014, p. 116)

Respecto a la factibilidad financiera encontramos también que Meza (2016) refiere:

Para determinar la factibilidad financiera se debe identificar y medir cuáles son las posibilidades reales que tiene un proyecto de estar a flote y de generar, desde la perspectiva financiera, riqueza. Existen una serie de factores para identificar y mediar dichas posibilidades, entre ellos:

Sostenibilidad: Capacidad de mantenerse y autosatisfacer los requerimientos propios del proyecto.

Rentabilidad: Capacidad de satisfacer las expectativas de los/as accionistas

Tiempo: Rango de tolerancia en tiempo para cumplir con los requerimientos propios del negocio y las expectativas de sus accionistas. (p. 17)

2.2.7 Asesoría Contable

“Tiene que ver con la economía y contabilidad del negocio se encuentra sujeto con el asesoramiento y gestión contable de empresas”. (SAGE.com, 2018)

Profesionales capaces de llevar un mejor control de los procesos mercantiles de una empresa. Mediante el cual se conoce el estado de entrada y salida de capital de la empresa teniendo un mejor control de la contabilidad oficial diaria del negocio. (RSM Perú, 2018)

2.2.8 Micro y pequeña empresa (MYPE)

“De conformidad con el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, la Micro y Pequeña empresa (MYPE) es definida como toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (<https://cdn.www.gob.pe>, 2019)

“Microempresa, es una pequeña unidad socioeconómica de producción, comercio o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente de los recursos” (Rivero et al, 2001, p. 20).

“Negocio que es pequeño en comparación con las grandes empresas en una industria, con operaciones limitadas a un sitio geográfico específico, financiado por unos cuantos individuos y dirigido por un pequeño grupo”. (Longenecker et al, 2012, p. 6)

Cuadro 2. Clasificación de las empresas según su número de trabajadores y ventas máximas anuales

CATEGORÍA EMPRESARIAL	N° DE TRABAJADORES EN PLANILLA	MONTO MÁXIMO DE VENTAS ANUALES
MICRO EMPRESA	De 1 a 10	150 UITs
PEQUEÑA EMPRESA	De 1 a 100	1700 UITs

Fuente: SUNAT, 2019

2.2.9 Régimen MYPE tributario (RMT)

En este régimen comprende a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable.

Para poder acogerse a este régimen deberá cumplir los siguientes requisitos:

- a.** De iniciar actividades, podrá acogerse con la declaración jurada mensual del mes de inicio de actividades, efectuada dentro de la fecha de su vencimiento.
- b.** Si proviene del NRUS, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable, mediante la presentación de la declaración jurada que corresponda.
- c.** Si proviene del RER, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable, mediante la presentación de la declaración jurada que corresponda.
- d.** Si proviene del Régimen General, podrá afectarse con la declaración del mes de enero del ejercicio gravable siguiente.

Además, por el año 2017, la SUNAT incorporó de oficio a los contribuyentes que al 31.12.2016 tributaron en el Régimen General y cuyos ingresos netos del ejercicio 2016 no superaron las 1,700 UIT, salvo

que por el período de enero de 2017 se hayan acogido al Nuevo RUS (NRUS) o al Régimen Especial de Renta (RER), con la declaración correspondiente al mes de enero del 2017, sin perjuicio que la SUNAT pueda en virtud de su facultad de fiscalización incorporar a estos sujetos en el Régimen General de corresponder.

La declaración y pago de los impuestos se realizará mensualmente de acuerdo al plazo establecido en los cronogramas mensuales que cada año la SUNAT aprueba, a través de los siguientes medios:

- a. Formulario Virtual N° 621 - IGV - Renta Mensual;
- b. Formulario Virtual Simplificado N° 621 IGV - Renta Mensual;
- c. Declara Fácil
- d. PDT. 621.

Deberá pagar los impuestos siguientes:

- **Impuesto a la renta**

El impuesto a la renta es un tributo que se determina anualmente, gravando las rentas que provengan del trabajo y de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble. Dependiendo del tipo de renta y de cuánto sea esa renta se le aplican unas tarifas y se grava el impuesto vía retenciones o es realizado directamente por el contribuyente.

- **Impuesto general a las ventas**

El IGV o Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.

Este impuesto grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.

Se aplica una tasa de 16% en las operaciones gravadas con el IGV. A esa tasa se añade el 2% del Impuesto de Promoción Municipal (IPM)

$IGV = \text{Valor de Venta} \times 18\%$

$\text{Valor de Venta} + IGV = \text{Precio de Venta.}$

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Accesibilidad:** Grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.
- **Activos líquidos:** El activo líquido o circulante es aquel que permite su transformación o permutación por dinero con un costo menor o la no pérdida de valor al efectuar dicha transacción.

- **Capacidad de endeudamiento:** Es básicamente hasta donde cada persona natural o jurídica puede contraer deudas sin correr el riesgo de caer en la morosidad o en el impago.
- **Capital:** Se refiere a los recursos, bienes o valores que se utilizan para generar valor a través de la fabricación de otros bienes o servicios o la obtención de ganancias o utilidades sobre la tenencia o venta de valores.
- **Conectividad:** Implica la conexión de un dispositivo hacia un ordenador, un terminal o inclusive hacia otros dispositivos, teniendo distintas tecnologías y aplicaciones relativas a su funcionamiento, la cantidad de datos con la que trabaja y hasta la posibilidad de poder recargar sus baterías en caso de ser un dispositivo portátil.
- **Costos proyectados:** Vienen a ser aquellos costos que el negocio ocasionará durante su probable vida útil o tiempo aquel en el cual generará beneficios económicos.
- **Disponibilidad:** Se denomina disponibilidad a la posibilidad de una cosa o persona de estar presente cuando se la necesita.
- **Disposición legal:** Es una prescripción adoptada por una institución con autoridad para establecer un tipo de normas. Esto es, una disposición con un significado jurídico que expresa una norma jurídica. Las disposiciones legales tienen rango de ley o carácter reglamentario.

- **Horizonte temporal:** Establecer un horizonte temporal para cualquier inversión generalmente tiene que ver con las metas y los objetivos del inversionista. Los tipos de horizonte temporal varían de corto a largo plazo.
- **Ingresos proyectados:** Son las recaudaciones esperadas de efectivo por concepto de ventas al contado y crédito.
- **Ratio beneficio / costo:** Es conocido también como índice neto de rentabilidad; es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC).
- **Ratios de liquidez:** Se utilizan para medir el grado de solvencia que tiene una empresa, es decir, si va a ser capaz de pagar sus deudas al vencimiento. Aunque este ratio se suele utilizar más para medir la solvencia a corto plazo, sirve también para anticipar problemas de cash flow.
- **Recurso humano:** Cuando se utiliza en singular, “el recurso humano”, generalmente se refiere a las personas empleadas en una empresa u organización. Es sinónimo de personal.
- **Red:** Implica la interconexión de los equipos a través de ciertos dispositivos que permiten el envío y la recepción de ondas, las cuales llevan los datos que se desea compartir.

- **Rendimiento sobre la inversión (ROI):** Es la medida de la cantidad ganada o perdida en una inversión que se expresa como porcentaje de la inversión inicial. La fórmula para calcular el ROI es: $(\text{Valor final de la inversión} - \text{Valor inicial de la inversión}) / \text{Valor inicial de la inversión}$.
- **Rentabilidad:** Se refiere a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados.
- **Restricción:** Es lo que establece límites, topes, o impide superar ciertos máximos.
- **Sostenibilidad:** Hace referencia a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.
- **Tecnologías de la información y comunicación (TICs):** Conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de la información. Un aliado del emprendimiento, tanto en nuevos conceptos como en lo tradicional.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El método de la investigación es hipotético deductivo, el cual se basa en partir de una afirmación o supuesto por demostrar descomponiendo la variable en dimensiones e indicadores que nos faciliten la recolección de información que al momento de procesarla nos guíe a ciertas conclusiones. (Bernal, 2010)

3.1.1 Diseño de la Investigación

Se empleó un diseño no experimental de corte transversal, ya que no se manipuló deliberadamente la variable de nuestro estudio y se procedió a observar el fenómeno tal y como se da en su contexto natural en un momento determinado, para después realizar el análisis respectivo. (Gómez, 2012)

3.1.2 Tipo y nivel de la investigación.

Al presente estudio le corresponde un tipo de investigación aplicada transversal. Aplicada debido a que el interés se enfoca en la solución práctica a un problema ya existente sin que vayan a generarse nuevas teorías o conceptos; y transversal porque se emplearán solamente datos referentes al año 2019. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)



Fuente: Hernández, Fernández y Baptista, 2014

Figura 5: La investigación aplicada

En el nivel de investigación del presente estudio es exploratorio y descriptivo. Exploratorio debido a que no existen modelos o planes de negocio para empresas de servicios profesionales ubicadas en el distrito de Campoverde. Además se hará un diagnóstico analítico descriptivo de las condiciones actuales del mercado local. (Saavedra, 2017)

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

La población de la presente investigación estuvo conformada por todas las micro y pequeñas empresas formales domiciliadas en el distrito de Campoverde, provincia de coronel Portillo. Según datos alcanzados por la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), al mes de diciembre del 2019 se tenían registradas y formalizadas un total de 67 MYPES con domicilio fiscal ubicado en el distrito de Campoverde. (N = 67)

3.2.2 Muestra

El tipo de muestreo utilizado para el presente estudio fue aleatorio simple. La muestra estuvo constituida por 57 Mypes del distrito de Campoverde.

Para determinar el tamaño de la muestra (n), cuando la población es finita, se emplea la siguiente fórmula:

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

Fuente: Anderson, Sweeney y Williams, 2008

Donde:

N : tamaño de la población (N=67)

Z_a : valor crítico de la distribución probabilística normal (Z_a = 1.96 considerando un nivel de confianza del 95%)

p : probabilidad de que una de las empresas requiera el servicio de asesoría contable; en caso no se conozca se suele emplear p = 0.5)

q : probabilidad de que una de las empresas no requiera el servicio de asesoría contable (q = 1 – p, en este caso: 1 – 0.5 = 0.5)

d : margen de error permisible (se acostumbra utilizar d = 5% = 0.05)

$$n = \frac{67 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{66 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{67 * 3.8416 * 0.25}{66 * 0.0025 + 3.8416 * 0.25} = 57$$

Por lo cual el instrumento de recolección se aplicará a 57 micros y pequeños empresarios.

3.3 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los posibles valores de nuestra única variable están disponibles tanto en fuentes secundarias como primarias. Los datos de fuente primaria se recolectaron mediante una encuesta y, para poder ordenar los resultados obtenidos, se le han agregado dimensiones cuyos indicadores asumen valores cualitativos y cuantitativos.

Para poder determinar si una empresa de nuestra muestra es micro o pequeña, revisaremos bases de datos de instituciones relacionadas como la SUNAT, de tal forma que según el régimen tributario en el que se encuentran podremos hacer dicha clasificación.

Cuadro 3: Resumen del plan de recolección de datos

Fuente	Técnica	Instrumento	Agentes
Primaria	Análisis documental	Ficha de recolección de datos	Dirigido al régimen tributario de las empresas.
Secundaria	Encuesta	Cuestionario	Dirigido a los propietarios de las Mypes que forman la muestra del estudio.

Fuente: Elaboración propia.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Técnicas

- A.** La encuesta, fue aplicada a las micro y pequeñas empresas del distrito de Campoverde con el propósito de reunir información para plantear un modelo de negocio que a su vez permita determinar la factibilidad de implementar una empresa de asesoría contable cuyos servicios estarán dirigidos a las Mypes de dicho distrito.
- B.** El análisis documental, es la revisión de documentos y bases de datos vinculados al tema en estudio cuya intención es la recopilación de información en cuanto a la única variable Factibilidad de la implementación de una empresa de asesoría contable.

3.4.2 Instrumentos

- A.** Cuestionario: Es el instrumento estructurado con preguntas dirigidas a micro y pequeños empresarios seleccionadas para nuestra investigación, con la finalidad de obtener respuestas acerca del problema en estudio y que el encuestado responde de forma libre.
- B.** Ficha de recolección de datos: Instrumento que facilitará el registro de manera ordenada la información precisa sobre la única variable de estudio. Usualmente se organizan en cuadros de tipo matricial con doble entrada para clasificar la información recogida de forma sencilla.

3.5 PROCESAMIENTO DE DATOS RECOLECTADOS

Para la presente investigación, se han utilizado instrumentos de la estadística descriptiva tales como gráficos de barras y diagramas circulares para una mejor visualización de la distribución porcentual de las respuestas dadas por los encuestados.

Además, se cuantificaron los datos recolectados considerando que las respuestas de los encuestados guardan un orden según la factibilidad de la implementación de una empresa de asesoría contable.

3.6 TRATAMIENTO DE DATOS

Considerando los instrumentos que se emplearon en el estudio, se procedió con la siguiente secuencia:

1. Se agruparon las respuestas conforme a las dimensiones de la investigación.
2. Se analizaron los datos recolectados y se procedió a ordenarlos en tablas de MS Excel.
3. La información tabulada fue analizada e interpretada.
4. La hipótesis planteada estuvo contrastada empleando la prueba normal para la proporción poblacional, reforzando estadísticamente los hallazgos de la investigación y de esa manera poder dar respuesta o solución objetiva al problema del estudio.

3.7 PRESENTACIÓN DE DATOS

El presente estudio muestra los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de la encuesta para saber si es factible la implementación de una empresa de asesoría contable para las MYPES del distrito de Campoverde.

Los datos están ordenados y clasificados en gráficos y/o cuadros que han sido extraídos a través de la base del cuestionario. Logrando así dar respuesta al problema planteado.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio propuesto para una empresa de asesoría contable para las Mypes del distrito de Campoverde, tiene la implementación del modelo CANVAS y en el presente estudio se especifica las bases sobre las que una empresa de asesoría contable es factible técnica y legal, económica y financiera. La mejor manera de describir este modelo de negocio, es dividirlo en nueve módulos básicos para poder manifestar la lógica que sigue una empresa al obtener ingresos y crear valor. En la presente investigación se plantea un modelo de negocio abordando estos nueve módulos que buscan analizar con el mayor detalle posible aspectos como clientes, recursos tecnológicos y viabilidad económica.

En el análisis, se utilizó el modelo Canvas como herramienta simplificada a manera de anteproyecto de la estrategia que se empleará en los procesos, estructuras, y sistemas de la empresa propuesta, especificando los pasos de generación de un negocio rentable y sustentado en la propuesta de valor ofrecida a los microempresarios. En el siguiente cuadro, se muestra el modelo de negocio y sus módulos correspondientes.

4.1.1 Los usuarios y la asesoría contable digital

A. Caracterización de los usuarios

El conocimiento de la actitud y conducta es de gran importancia en el diseño del modelo de negocio, dado que las características del producto deben adecuarse a lo que los clientes y/o usuarios buscan, para satisfacer

mejor sus necesidades. La palabra actitud se puntualiza como una predisposición coherente y aprendida para responder de positiva o negativamente frente a un producto o servicio. En tanto que el término conducta es un conjunto de acciones para la compra de productos o contratar un servicio.

Cuadro 4: Modelo de negocio Canvas para una empresa de asesoría contable para las Mypes del distrito de Campoverde

Alianzas estratégicas	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de mercado
<ul style="list-style-type: none"> - Micro y pequeñas empresas privadas - Colegio de contadores públicos de Ucayali - Asesores expertos - Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación de mercado e innovación - Marketing del servicio - Plan de capacitación permanente 	<p>Brindar un servicio de asesoría contable tanto en la modalidad virtual como interactuando directamente con el usuario</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Trato directo con el cliente - Asesoría permanente - Servicio de confidencialidad y empatía 	<p>Todas las micro y pequeñas empresas formales con domicilio fiscal en el distrito</p>
	<p>Recursos clave</p>		<p>Canales para el producto o servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oficina ubicada en una zona central y accesible - Página web y redes sociales 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Contadores públicos colegiados y certificados - Software especializado - Herramientas tecnológicas de información 			
Estructura de costos		Fuente de ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> - Costo de implementar una oficina para asesoría contable - Gastos de operación y ventas - Gastos de recursos tecnológicos 		<ul style="list-style-type: none"> - Por servicio de asesoría contable - Por apoyo en la constitución y formalización de empresas - Por consultoría en temas tributarios 		

Fuente: Elaboración propia

B. Uso de internet

Al analizar el comportamiento de los usuarios en relación a la opinión de que si la asesoría contable se debería realizarse por medios digitales, el 89% indicó que SI, mientras que el 11% señaló que NO. Ese porcentaje mínimo de negatividad se debe muchas veces al desconocimiento de las plataformas digitales y a la cobertura con la que cuentan.

C. Actitudes frente a los servicios adicionales

Para el análisis sobre los servicios adicionales que les gustaría recibir, se obtuvo, primero, actitudes generales. El 33% de sus los usuarios han mostrado interés en contar con el servicio de capacitación empresarial, el 28% optó por las consultas mediante internet, celulares u otros, y el 39% por la opción de contar con una asesoría laboral y tributaria.

D. Perfil de los usuarios

Se consideraron como usuarios a las 57 empresas formalmente constituida. Para elaborar cuatro perfiles se clasificó las dimensiones vinculadas con la disponibilidad de recurso humano, accesibilidad de las TICs necesarias, disposiciones legales restrictivas, disponibilidad de capital, costos e ingresos proyectados, rentabilidad y sostenibilidad en el horizonte temporal en lo referido a la factibilidad de la implementación de una empresa de asesoría contable. Para especificar toda la muestra encuestada, se añadió a estos cuatro perfiles un quinto que corresponde a los que no están interesados en una asesoría contable. Las características de cada perfil son las siguientes:

La nueva escuela: Apenas el 54% son sin duda el grupo de usuarios que se expandirá con mayor fuerza en los próximos años. Han recibido algún tipo de asesoramiento en el área contable y tributario antes de iniciar su negocio.

Los busca ofertas: Representan el 26% de la encuesta. Corresponde a los usuarios que han mostrado interés en contar con una asesoría contable y tributaria, al mismo tiempo son personas que buscan ofertas sobre un servicio. Son aquellos usuarios que motivados por la experiencia y responsabilidad muestran interés por ponerse en contacto con estas empresas.

Los acostumbrados: Son el 13%, los cuales emiten boletas y/o facturas electrónicas, asimismo, muestran una conducta de conocer a que régimen tributario pertenece su negocio. La mayoría no emite boletas y/o facturas electrónicas, pero se muestran dispuestos a hacerlo.

Los desconfiados: Corresponden al 7% de los usuarios. Se caracterizan por no haber recibido asesoramiento en el área contable y tributario al momento de iniciar su negocio y no querer recibir asesoramiento por medios digitales. En cambio, les interesa la idea de recibir asesoramiento contable y tributario.

4.1.2. El estudio contable y los medios digitales

La aparición de plataformas y medios digitales han modificado la manera de interactuar con los usuarios, diseñar, establecer y analizar los

controles que permitan el cumplimiento de las normas tributarias que rigen a las empresas o negocios.

Las empresas que se dedican a la asesoría contable tienen también presencia en las redes sociales, el cual presenta una oportunidad a la entrada del comercio digital y estrategias de marketing para poder promocionar mejor sus servicios , el hecho estar presente en estas múltiples plataformas trae consigo beneficios ya que cuenta con una audiencia casi para todo tipo de mercado.

A. Uso de internet de las empresas dedicadas a asesorías contables.

En la actualidad existe un nuevo canal de negocios para las empresas de todo tipo, es un canal mediante en el cual tus clientes te pueden localizar de manera más eficaz y sencilla y al mismo tiempo que existe la necesidad de que los usuarios de mantener una comunicación más estrecha con las empresas, las redes ofrecen a las empresas opciones para realizar publicidades de una manera óptima, creativa y eficaz

B. Comportamiento de Captación de clientes.

Se debe recurrir a una estrategia de marketing bien desarrolladas, para poder lograr un posicionamiento en internet llegando a nuevas personas, creando un valor para tu marca para así fidelizar a tus clientes, estableciendo estrategias de contenido demostrando la experiencia y conocimientos suficientes en asesorías contables creando empatía con los usuarios.

“El conocimiento de la actitud y conducta es de gran relevancia en el diseño del modelo de negocio, puesto que las características del producto deben ajustarse a lo que los clientes buscan, para satisfacer mejor sus necesidades” (Molla, Berenguer, Gómez y Quintanilla, 2006).

C. Actitudes frente a las redes sociales

Para el análisis más específico sobre los servicios ofrecidos de asesorías contables, se encontró, primero, actitudes generales. Estamos en la era en que las personas que más ganan no son la que tiene el mejor producto o servicio sino el que mejor mercadea o se mercadea por medio de las redes sociales. Pero debido a que este tipo de carreras universitarias no están relacionadas con ventas y por eso es que es necesario establecerse en el mundo digital, compartiendo contenidos de calidad y ganarse una reputación. Las redes sociales son una ventana para que tantas empresas, asesorías, en particular, están forzadas a explayarse, monetizar. LinkedIn es una plataforma probablemente que se consideraría el sitio online para dar a conocer servicios profesionales, en este caso de asesoría contable.

Permite tener ese grado de interacción captando a los clientes de manera indirecta y se trata de llegar a la mente de los clientes o consumidores.

4.2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

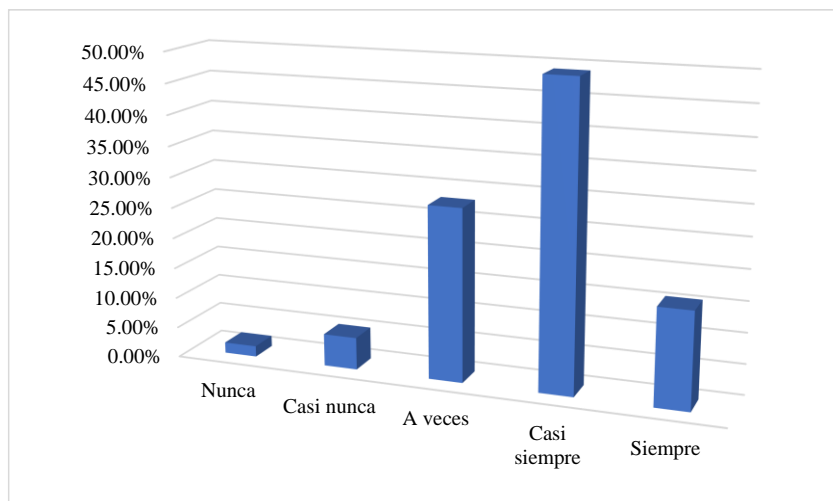
A. DIMENSIÓN FACTIBILIDAD TÉCNICA Y LEGAL

Indicador Disponibilidad de recursos humanos

Tabla 1: P1. ¿Ha requerido usted algún tipo de asesoramiento en el área contable y/o tributaria durante el último año?

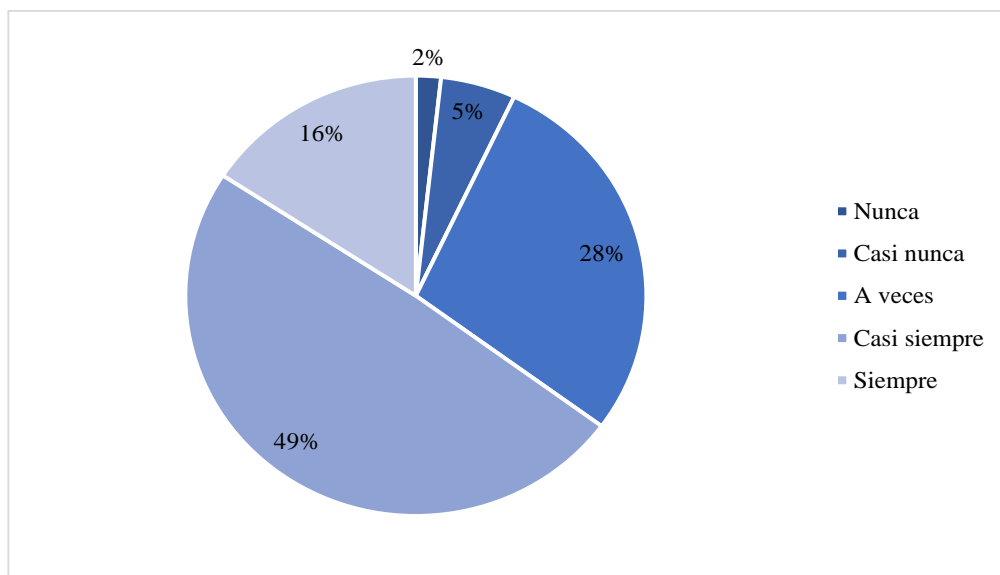
	frecuencia	%
Nunca	1	1.75%
Casi nunca	3	5.26%
A veces	16	28.07%
Casi siempre	28	49.12%
Siempre	9	15.79%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P1: ¿Ha requerido usted algún tipo de asesoramiento en el área contable y/o tributaria durante el último año?



Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P1: ¿Ha requerido usted algún tipo de asesoramiento en el área contable y/o tributaria durante el último año?

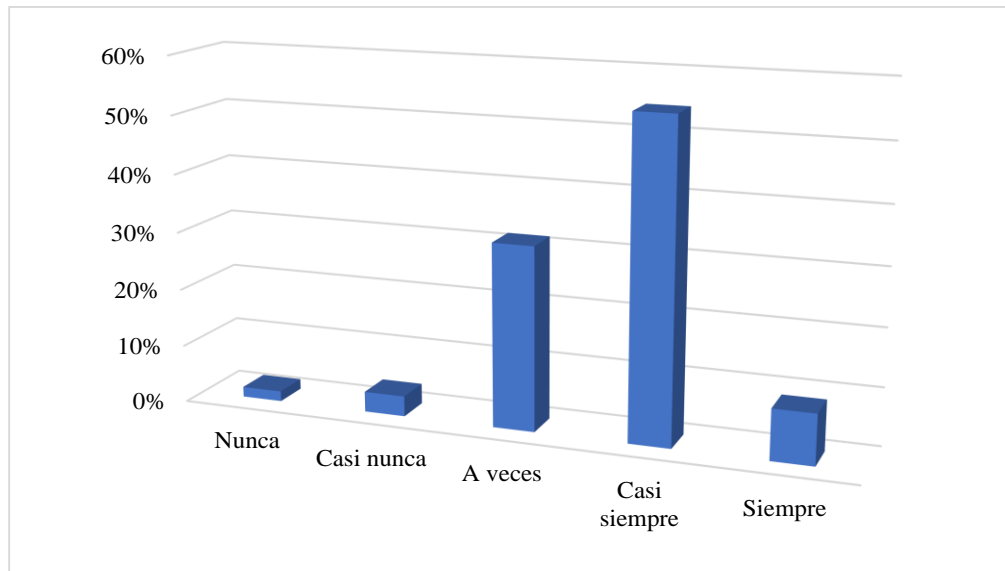
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 1 y figuras 6 y 7, en base a los datos recolectados de acuerdo con la encuesta realizada para la pregunta 1 perteneciente al indicador Disponibilidad de recursos humanos. Se pudo observar que el 16% afirman que siempre requieren algún tipo de asesoramiento durante el último año, mientras que el 49% casi siempre, con una opinión intermedia del 28% de la muestra y un 7% revela que casi nunca y nunca requieren de algún tipo de asesoramiento.

Tabla 2: P2. ¿Utiliza usted los servicios de terceros para llevar la contabilidad de su negocio?

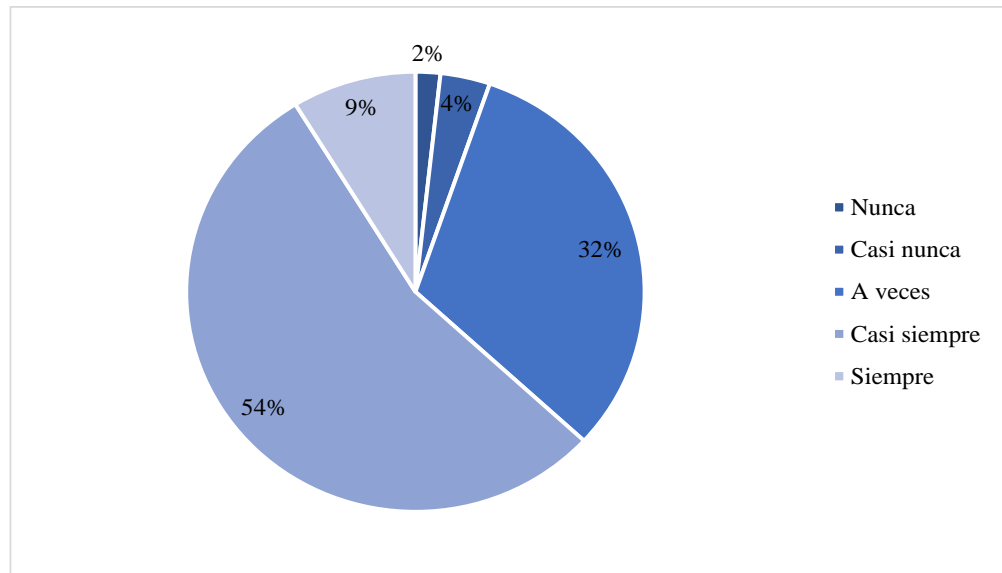
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	18	32%
Casi siempre	31	54%
Siempre	5	9%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P2. ¿Utiliza usted los servicios de terceros para llevar la contabilidad de su negocio?



Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P2: ¿Utiliza usted los servicios de terceros para llevar la contabilidad de su negocio?

Interpretación:

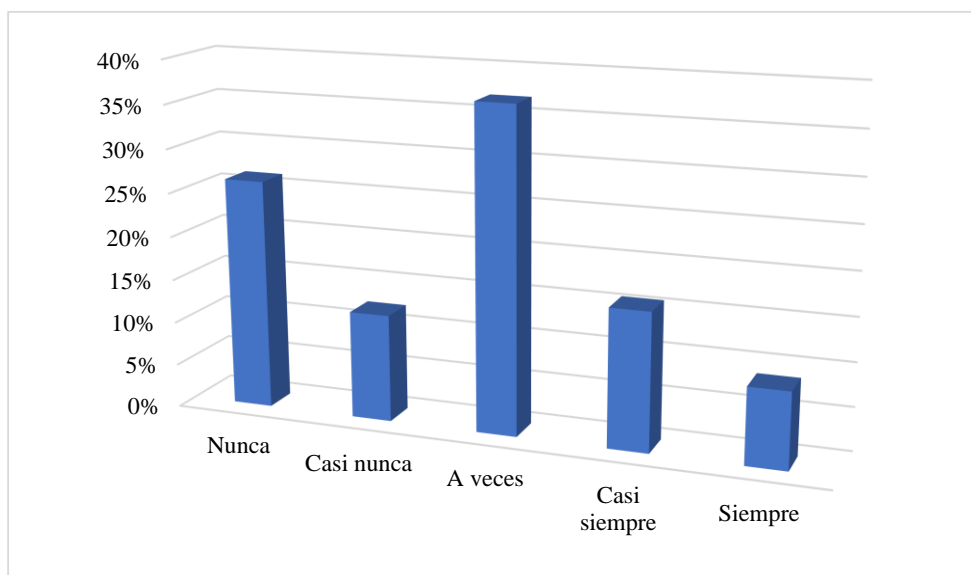
De acuerdo con la tabla 2 y figuras 8 y 9, en base a los datos recolectados para la pregunta 2 perteneciente indicador Disponibilidad de recursos humanos. Se pudo observar que solo el 9% señaló que siempre requiere de los servicios de terceros para llevar la contabilidad de su negocio, mientras que el 54% casi siempre, con una opinión intermedia del 32% de la muestra y un 6% revela que casi nunca y nunca utilizan los servicios brindados por terceros para su negocio.

Indicador Accesibilidad de las TICs necesarias

Tabla 3: P3. ¿Su empresa usa alguna red social o página web para promocionar sus productos?

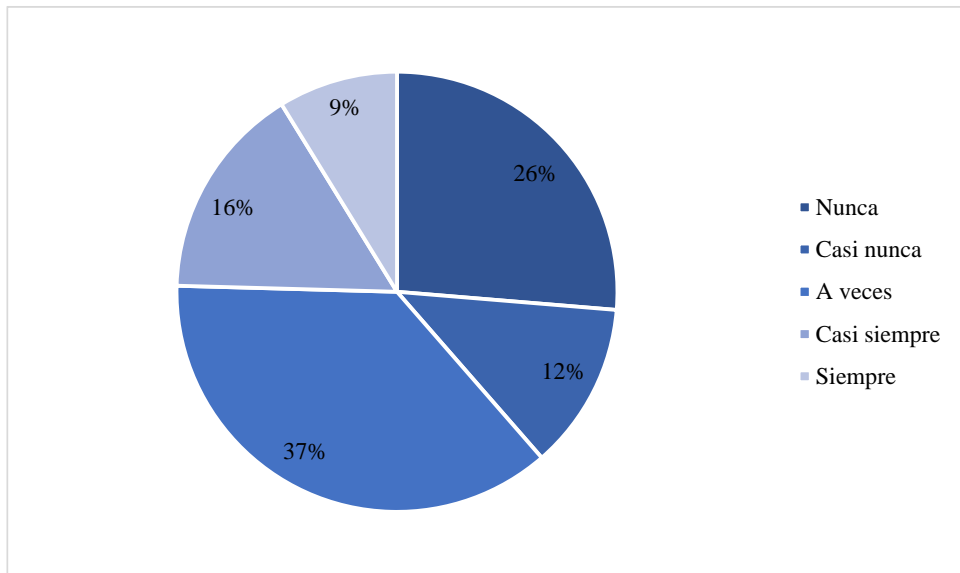
	frecuencia	%
Nunca	15	26%
Casi nunca	7	12%
A veces	21	37%
Casi siempre	9	16%
Siempre	5	9%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P3: ¿Su empresa usa alguna red social o página web para promocionar sus productos?



Fuente: Elaboración propia

Figura 11. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P3: ¿Su empresa usa alguna red social o página web para promocionar sus productos?

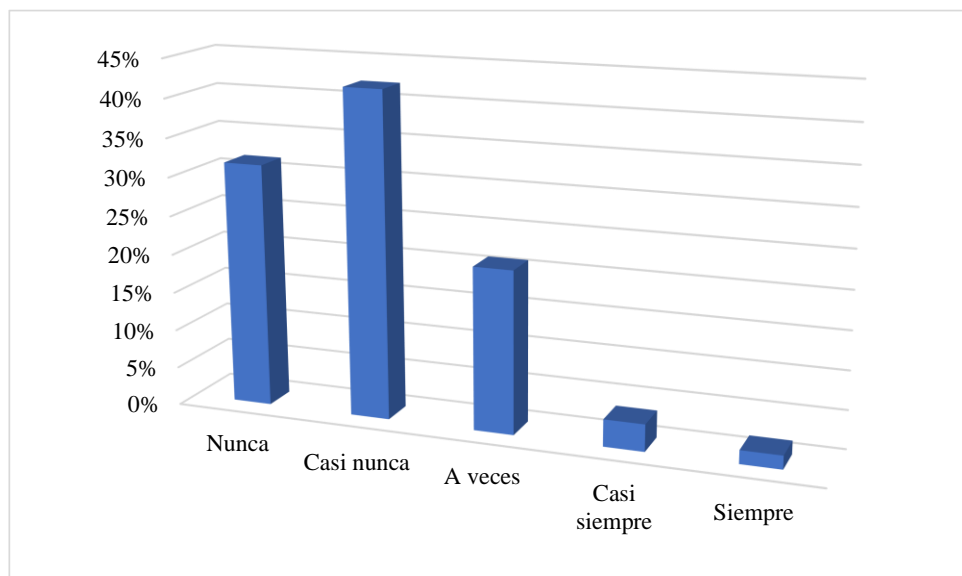
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 3 y las figuras 10 y 11, en base a los datos recolectados para la pregunta 3 perteneciente al indicador Accesibilidad de las TICs necesarias. Se pudo observar que el 9% señaló que siempre tienen acceso a las redes sociales o páginas web para promoción de sus productos, el 16% indicó que casi siempre, con una opinión intermedia el 37% y un 38% señala que casi nunca y nunca hacen uso de estos medios para promocionar sus productos.

Tabla 4: P4. ¿Realiza compras a través de internet ya sea de materias primas, insumos u otros productos?

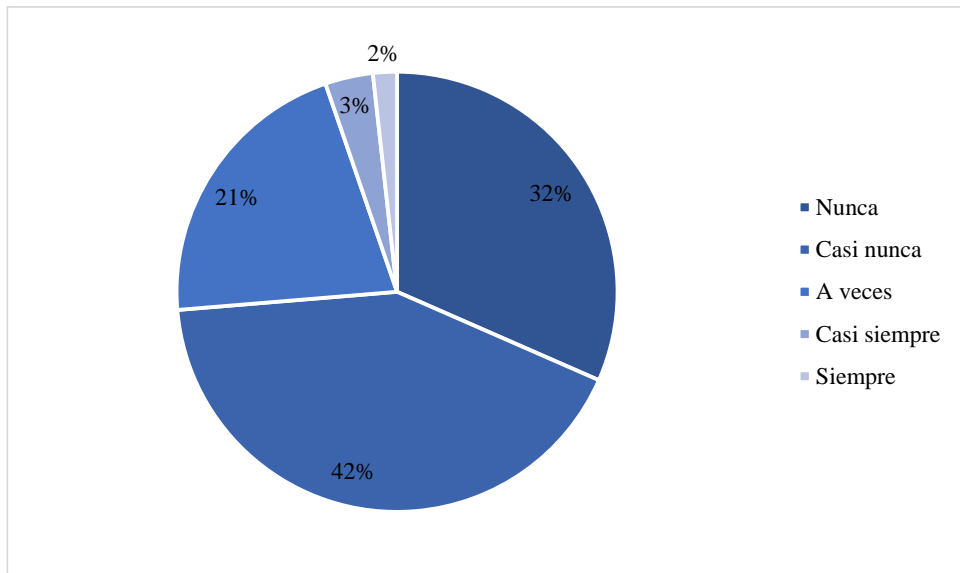
	frecuencia	%
Nunca	18	32%
Casi nunca	24	42%
A veces	12	21%
Casi siempre	2	4%
Siempre	1	2%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 12. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P4: ¿Realiza compras a través de internet ya sea de materias primas, insumos u otros productos?



Fuente: Elaboración propia

Figura 13: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P4: ¿Realiza compras a través de internet ya sea de materias primas, insumos u otros productos?

Interpretación:

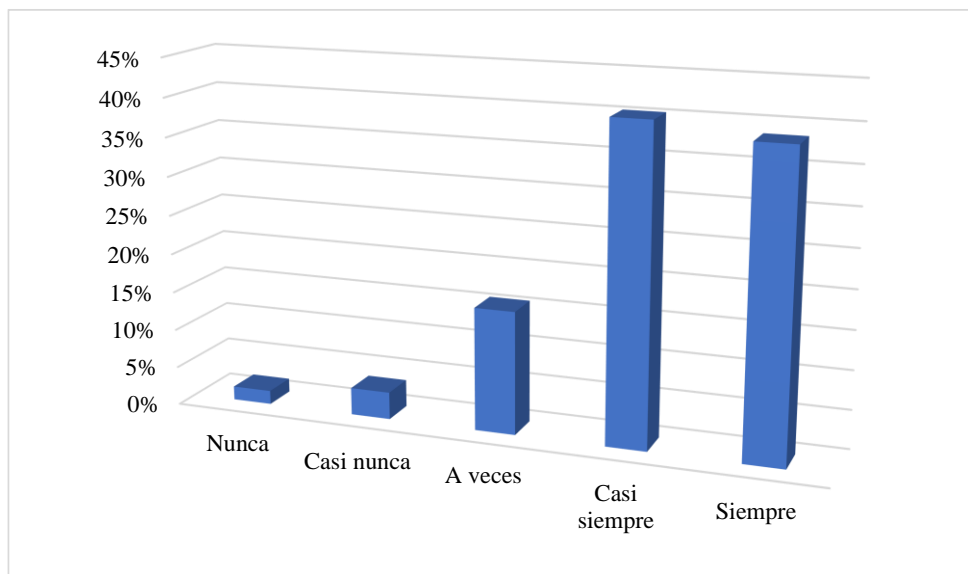
De acuerdo con la tabla 4 y las figuras 12 y 13, en base a los datos recolectados para la pregunta 4 perteneciente al indicador Accesibilidad de las TICs necesarias. Se observa que solo un 2% siempre hace uso de los medio digitales para realizar compras ya sea de insumos u otros productos, un 4% indica que casi siempre, con una opinión intermedia del 21% de la muestra y con una opinión elevada el 74 % señala que casi nunca y nunca consideran que no realizan ninguna compra a través de internet.

Indicador Disposiciones legales restrictivas

Tabla 5: P5. ¿Ha tenido alguna inconformidad con las disposiciones legales de la SUNAT?

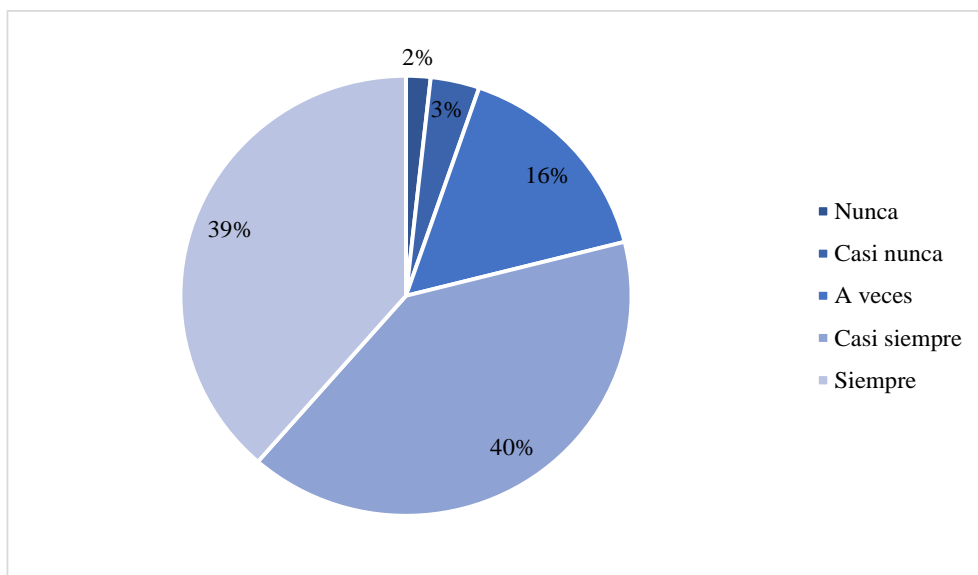
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	9	16%
Casi siempre	23	40%
Siempre	22	39%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 14: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P5: ¿Ha tenido alguna inconformidad con las disposiciones legales de la SUNAT?



Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P5: ¿Ha tenido alguna inconformidad con las disposiciones legales de la SUNAT?

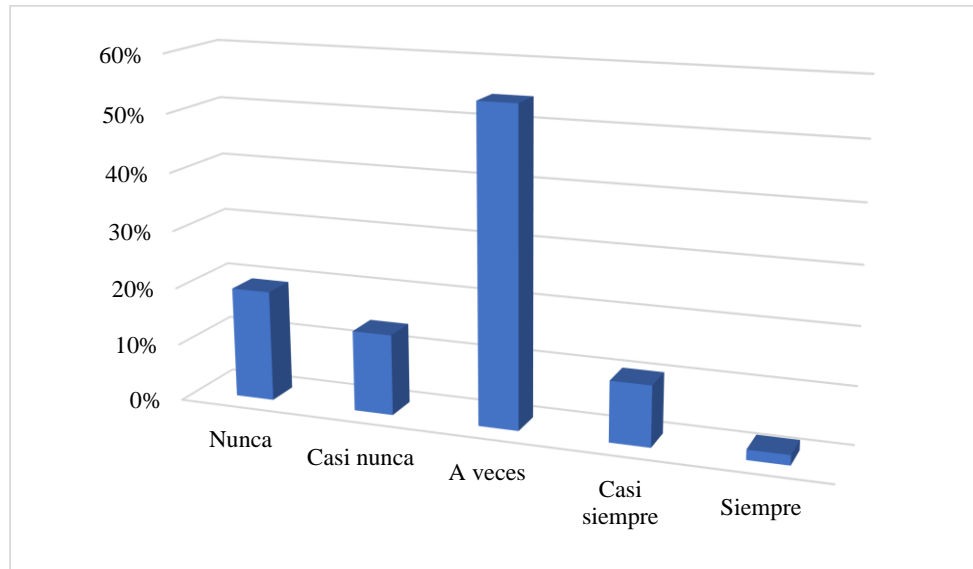
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 5 y figuras 14 y 15, en base a los datos recolectados de acuerdo con la encuesta realizada para la pregunta 5 perteneciente al indicador Disposiciones legales restrictivas. Se observa que el 39% señala que siempre ha estado inconforme con las disposiciones legales por parte de la SUNAT, el 40% indicó que casi siempre, con una opinión intermedia el 16% y el 6% afirma que casi nunca y nunca han tenido alguna inconformidad con la SUNAT.

Tabla 6: P6. ¿Le han informado sobre las modificaciones de los regímenes tributarios vigentes?

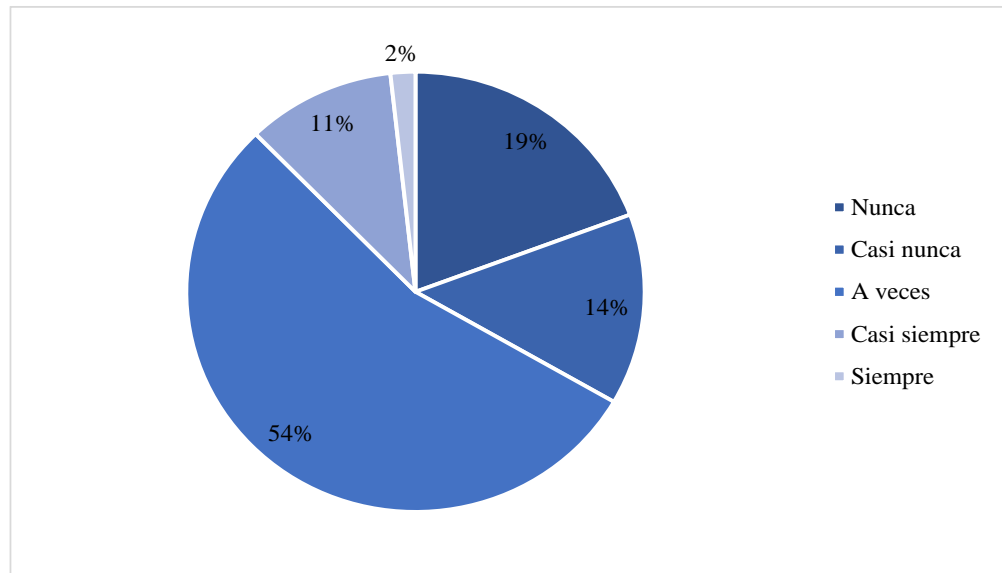
	frecuencia	%
Nunca	11	19%
Casi nunca	8	14%
A veces	31	54%
Casi siempre	6	11%
Siempre	1	2%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P6: ¿Le han informado sobre las modificaciones de los regímenes tributarios vigentes?



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P6: ¿Le han informado sobre las modificaciones de los regímenes tributarios vigentes?

Interpretación:

En la tabla 6 y en las figuras 16 y 17, en base a los datos recolectados de acuerdo con la encuesta realizada para la pregunta 6 perteneciente al indicador Disposiciones legales restrictivas. Se observa que solo el 2% señalan que siempre fue informado acerca de las modificaciones de los regímenes tributarios vigentes, mientras que el 11% casi siempre, con una opinión intermedia elevada del 54% de la muestra y un 33% revela que casi nunca y nunca fue informado sobre los cambios en los regímenes tributarios vigentes.

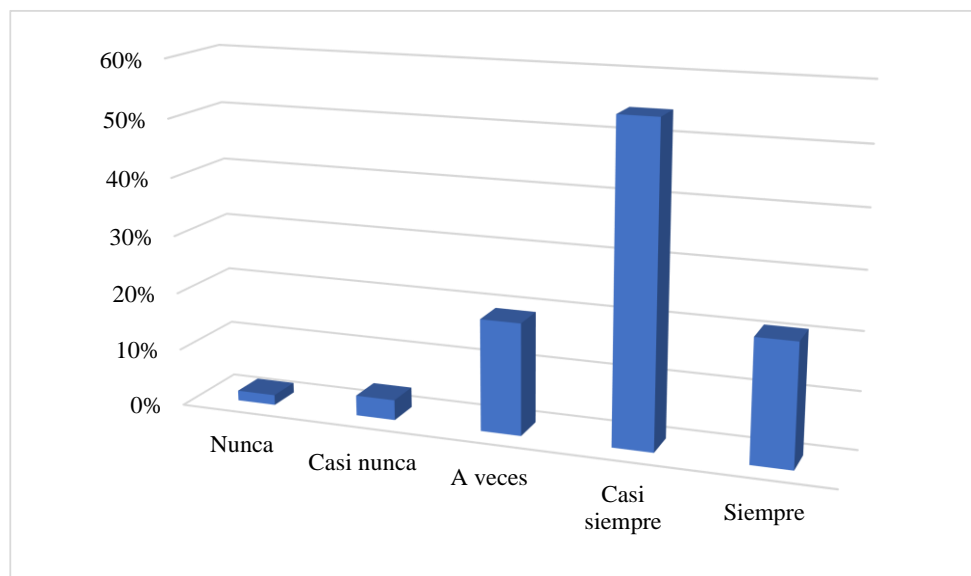
B. DIMENSIÓN FACTIBILIDAD ECONÓMICA

Indicador Disponibilidad de capital

Tabla 7: P7. ¿Ha financiado su negocio mediante una deuda con alguna institución financiera?

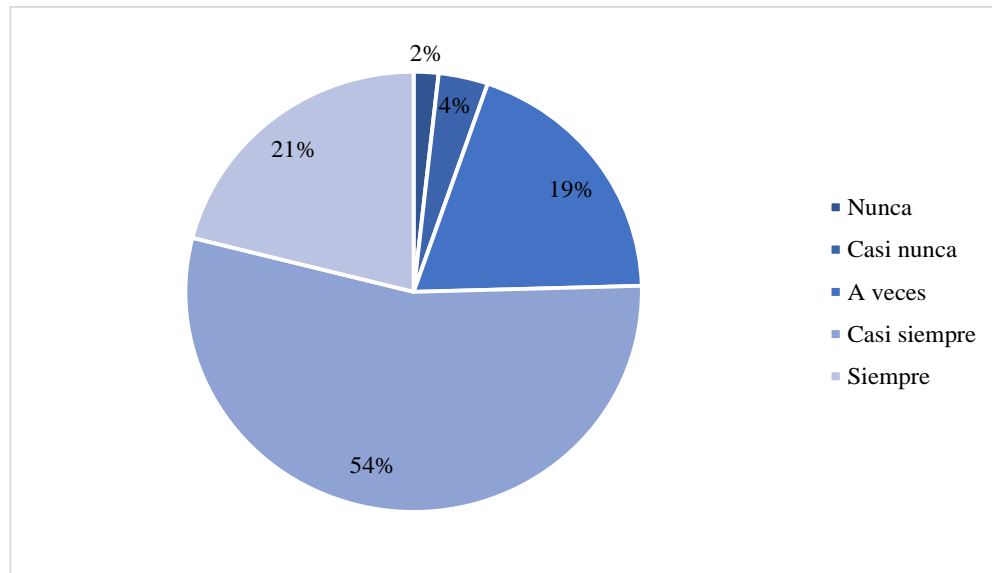
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	11	19%
Casi siempre	31	54%
Siempre	12	21%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 18: Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P7: ¿Ha financiado su negocio mediante una deuda con alguna institución financiera?



Fuente: Elaboración propia

Figura 19: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P7: ¿Ha financiado su negocio mediante una deuda con alguna institución financiera?

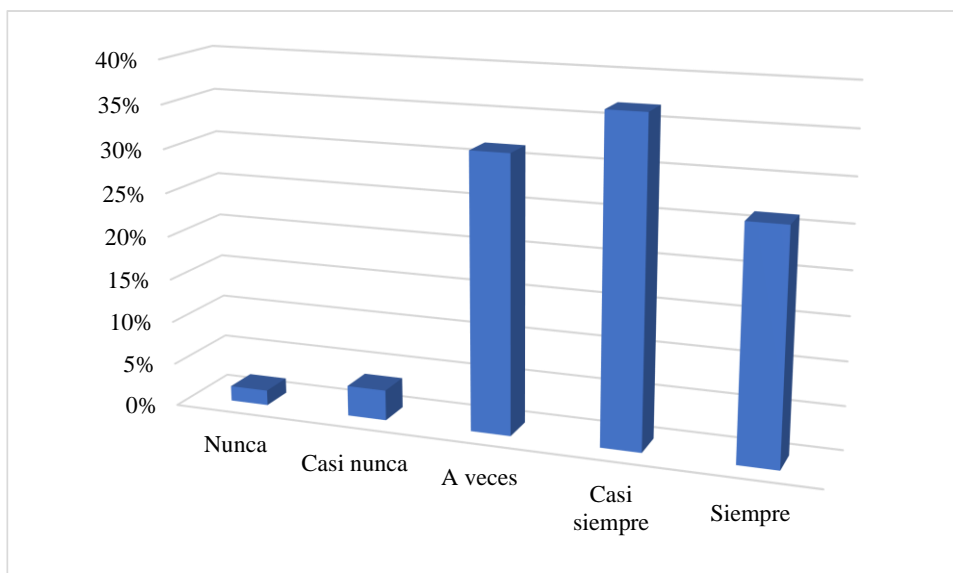
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 7 y las figuras 18 y 19, en base a los datos recolectados de acuerdo con la encuesta realizada para la pregunta 7 perteneciente al indicador Disponibilidad de capital. Se observa que un 21% señaló que siempre financian su negocio a través de préstamos a instituciones financieras para poder llevar a cabo su emprendimiento, 54% señaló que casi siempre, y con una opinión intermedia del 19% de la muestra y 6% revela que casi nunca y nunca financian su negocio mediante una deuda con alguna institución financiera.

Tabla 8: P8. ¿Tiene algún tipo de problema en el pago de sus deudas?

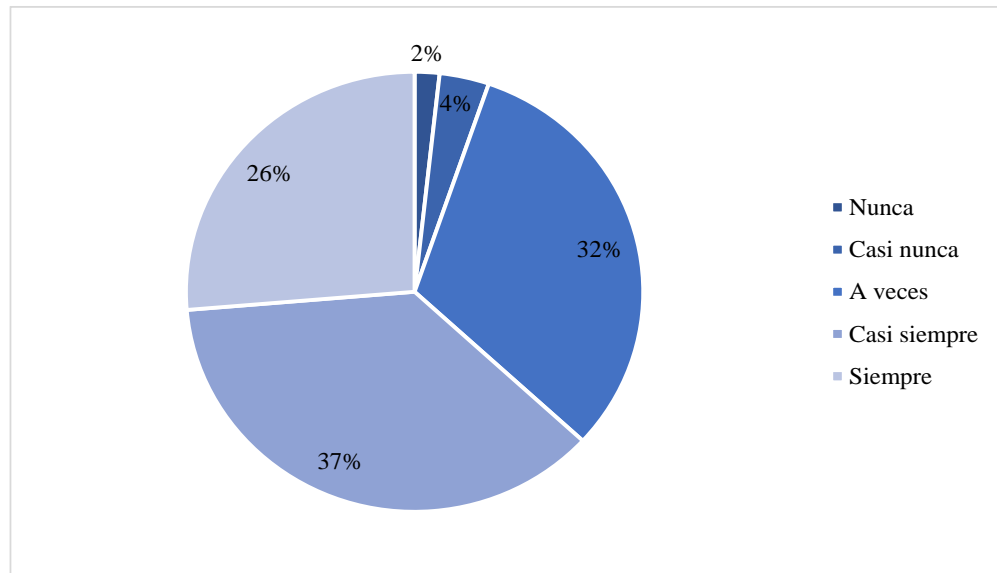
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	18	32%
Casi siempre	21	37%
Siempre	15	26%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 20. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P8: ¿Tiene algún tipo de problema en el pago de sus deudas?



Fuente: Elaboración propia

Figura 21: Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P8: ¿Tiene algún tipo de problema en el pago de sus deudas?

Interpretación:

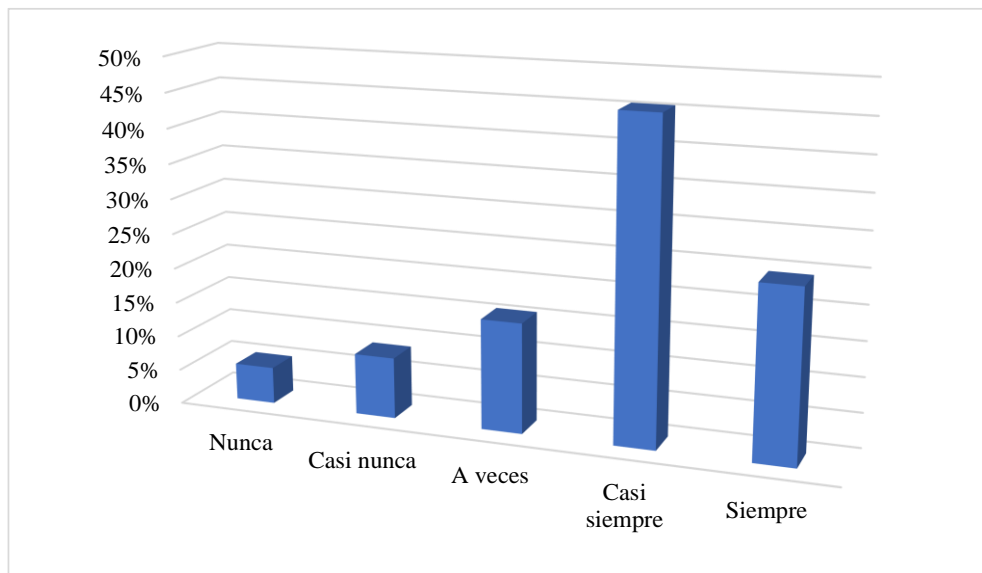
De acuerdo con la tabla 8 y las figuras 20 y 21, en base a los datos recolectados para la pregunta 8 perteneciente al indicador Disponibilidad de capital. Se observa que el 26% señaló que siempre tiene problemas en el pago de sus deudas, mientras que el 37% casi siempre, con una opinión intermedia del 32% de la muestra y un 6% revela que casi nunca y nunca tienen algún tipo de problema en el pago de su deuda.

Indicador Costos e ingresos proyectados

Tabla 9: P9. ¿Ha tenido necesidad de conocer con exactitud los costos de su empresa en los últimos 6 meses?

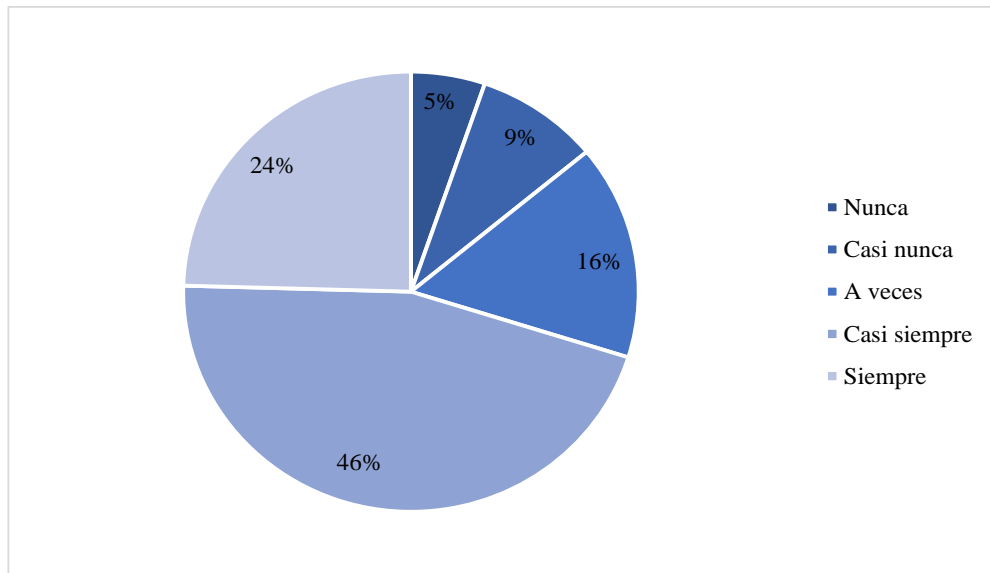
	frecuencia	%
Nunca	3	5%
Casi nunca	5	9%
A veces	9	16%
Casi siempre	26	46%
Siempre	14	25%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 22. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P9. ¿Ha tenido necesidad de conocer con exactitud los costos de su empresa en los últimos 6 meses?



Fuente: Elaboración propia

Figura 23. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P9. ¿Ha tenido necesidad de conocer con exactitud los costos de su empresa en los últimos 6 meses?

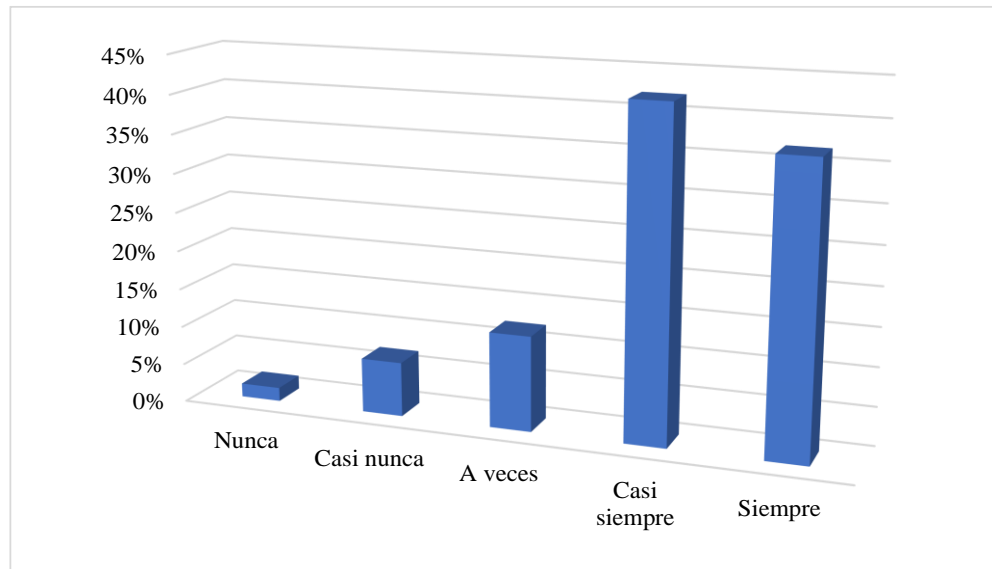
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 9 y las figuras 22 y 23, en base a los datos recolectados para la pregunta 9 perteneciente al indicador Costos e ingresos proyectados. Se puede observar que el 25% señaló que siempre quiso conocer con exactitud los costos de su empresa, mientras que el 46% casi siempre, con una opinión intermedia del 16% de la muestra y un 14% revela que casi nunca y nunca tuvo la necesidad de conocer los costos de su empresa.

Tabla 10: P10. ¿Le interesa proyectar los ingresos de su empresa en los próximos 6 meses?

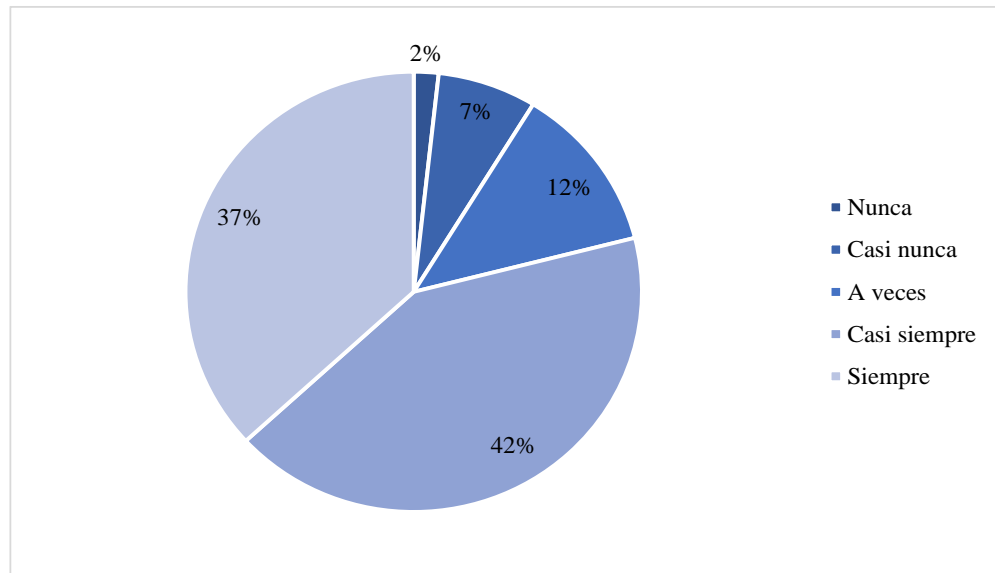
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	4	7%
A veces	7	12%
Casi siempre	24	42%
Siempre	21	37%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 24. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P10: ¿Le interesa proyectar los ingresos de su empresa en los próximos 6 meses?



Fuente: Elaboración propia

Figura 25. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P10: ¿Le interesa proyectar los ingresos de su empresa en los próximos 6 meses?

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 10 y las figuras 24 y 25, en base a los datos recolectados para la pregunta 10 perteneciente al indicador Costos e ingresos proyectados. Se observa que el 37% señala que siempre le ha interesado proyectar el ingreso de su empresa, mientras que el 42% casi siempre, con una opinión intermedia del 12% de la muestra y un 9% revela que casi nunca y nunca le interesa.

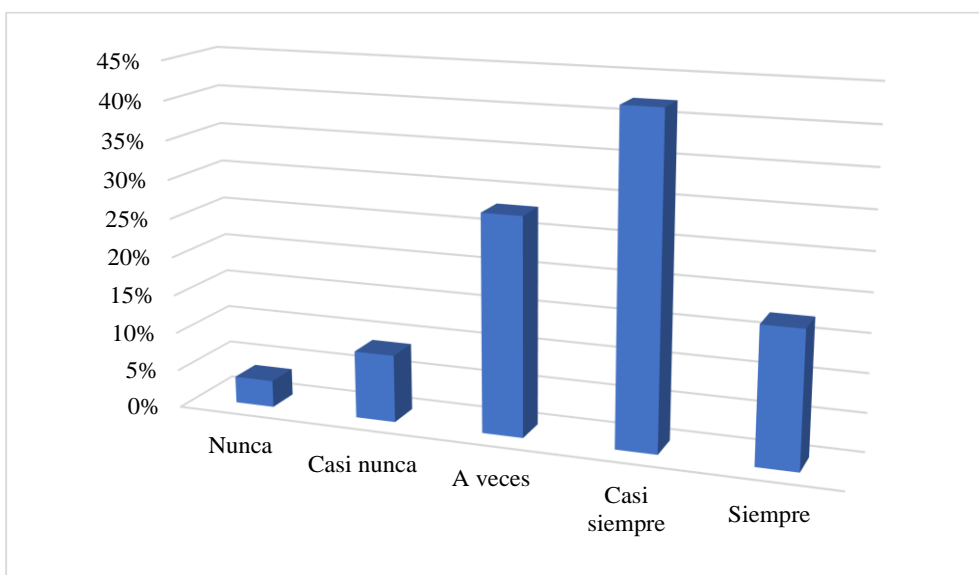
C. DIMENSIÓN FACTIBILIDAD FINANCIERA

Indicador Rentabilidad

Tabla 11: P11. ¿Cree que es importante calcular las utilidades generadas por su empresa en los últimos 6 meses?

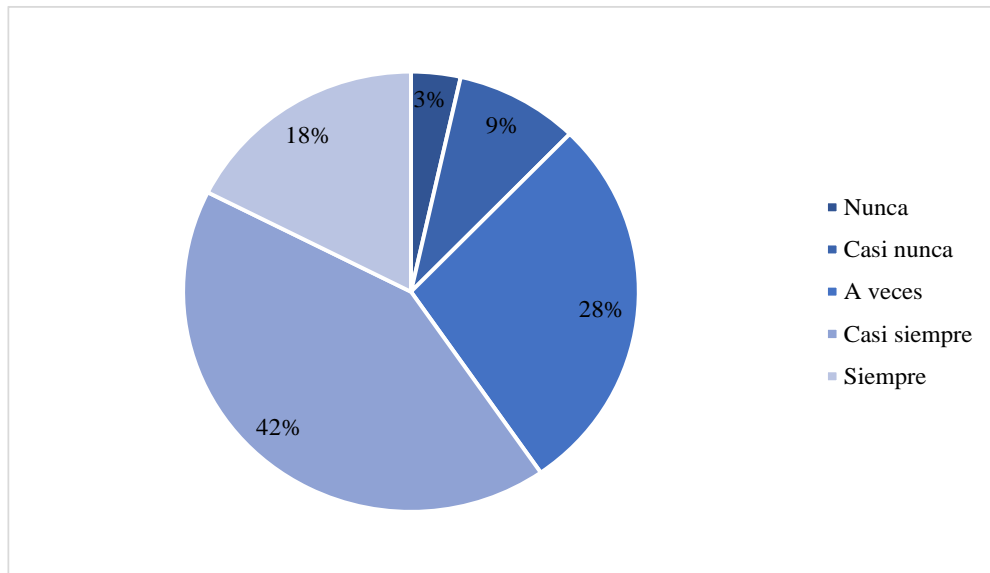
	frecuencia	%
Nunca	2	4%
Casi nunca	5	9%
A veces	16	28%
Casi siempre	24	42%
Siempre	10	18%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 26. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P11: ¿Cree que es importante calcular las utilidades generadas por su empresa en los últimos 6 meses?



Fuente: Elaboración propia

Figura 27. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P11: ¿Cree que es importante calcular las utilidades generadas por su empresa en los últimos 6 meses?

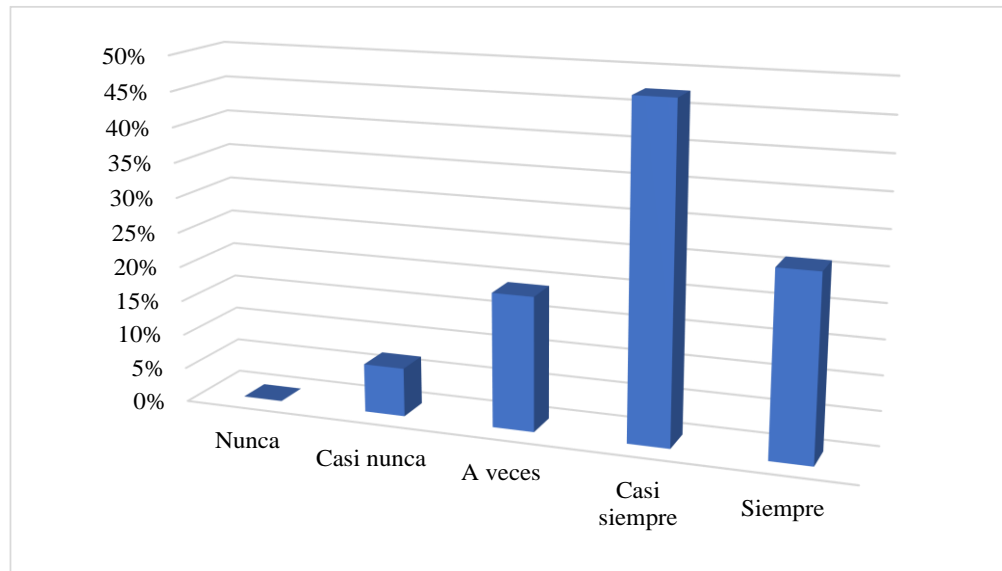
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 11 y las figuras 26 y 27, en base a los datos recolectados para la pregunta 11 perteneciente al indicador Rentabilidad. Se observa que el 18% señala que siempre cree que es importante llevar un cálculo de las utilidades generadas por su negocio, mientras que el 42% casi siempre, con una opinión intermedia del 28% de la muestra y un 13% revela que casi nunca y nunca creen que sea relevante calcular las utilidades de su empresa.

Tabla 12: P12. ¿Considera que es conveniente estar informado sobre los estados financieros de su empresa?

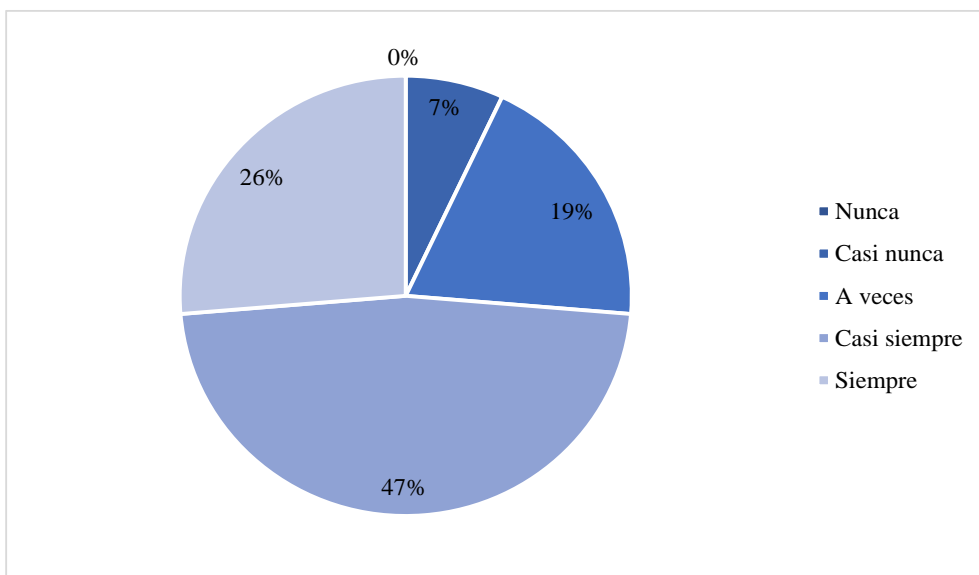
	frecuencia	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	4	7%
A veces	11	19%
Casi siempre	27	47%
Siempre	15	26%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 28. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P12: ¿Considera que es conveniente estar informado sobre los estados financieros de su empresa?



Fuente: Elaboración propia

Figura 29. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P12: ¿Considera que es conveniente estar informado sobre los estados financieros de su empresa?

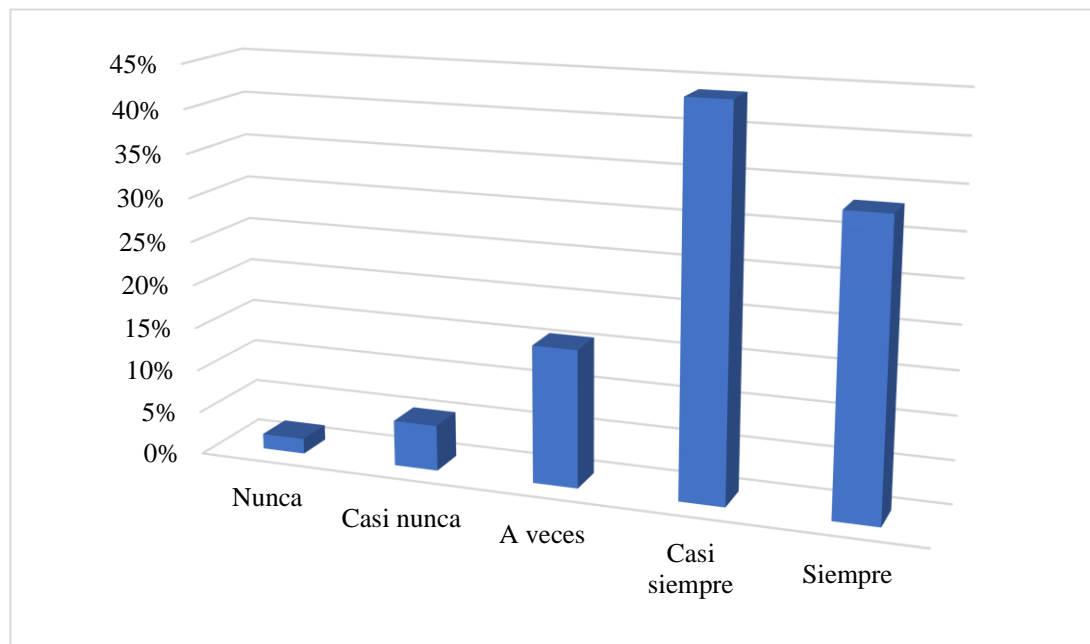
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 12 y las figuras 28 y 29, en base a los datos recolectados para la pregunta 12 perteneciente al indicador Rentabilidad. Se observa que el 26% señala que siempre es importante estar informado acerca de los estados financieros de su negocio, mientras que el 47% casi siempre, con una opinión intermedia del 19% de la muestra y un 7% revela que casi nunca y nunca consideran relevante estar informado de los estados financieros de su empresa.

Tabla 13: P13. ¿Cree que es conveniente conocer cuánto viene pagando en impuestos?

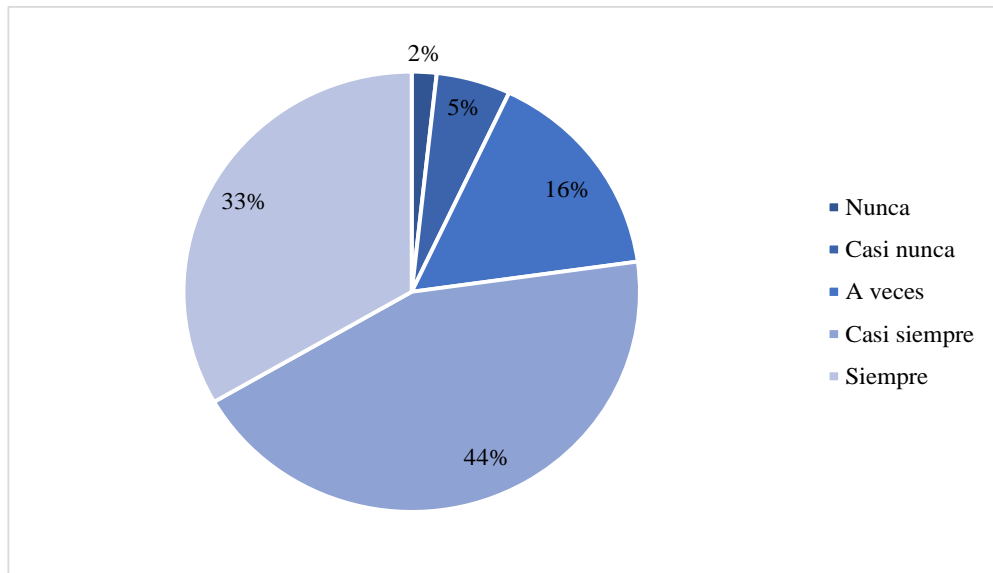
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	3	5%
A veces	9	16%
Casi siempre	25	44%
Siempre	19	33%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 30. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P13: ¿Cree que es conveniente conocer cuánto viene pagando en impuestos?



Fuente: Elaboración propia

Figura 31. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P13: ¿Cree que es conveniente conocer cuánto viene pagando en impuestos?

Interpretación:

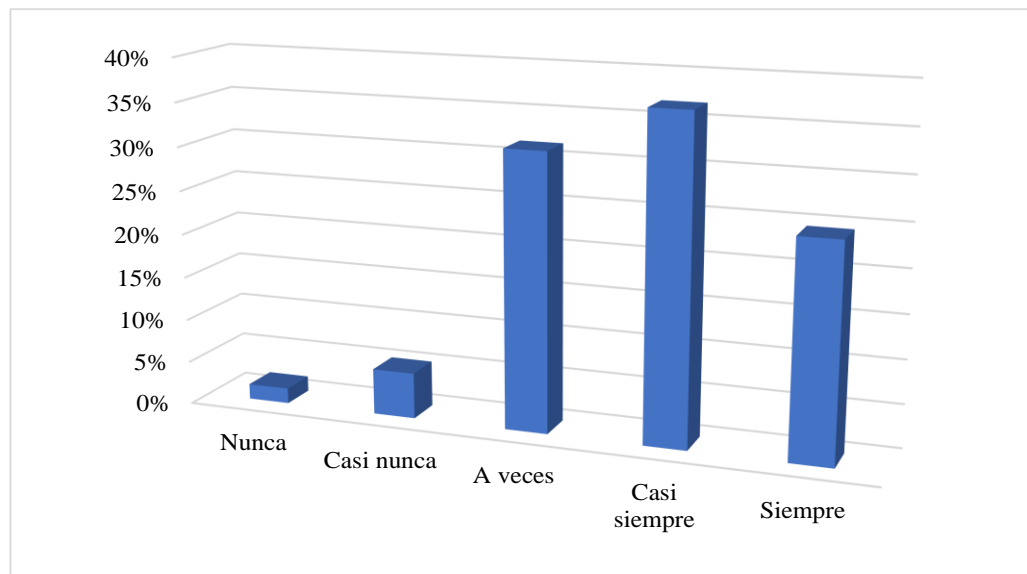
De acuerdo con la tabla 13 y las figuras 30 y 31, en base a los datos recolectados para la pregunta 13 perteneciente al indicador Rentabilidad. Se observa que el 33% señala que siempre es conveniente saber cuánto viene pagando en impuestos, mientras que el 44% casi siempre, con una opinión intermedia del 16% de la muestra y un 7% revela que casi nunca y nunca consideran importante cuanto viene pagando en impuestos.

Indicador Sostenibilidad en el horizonte temporal

Tabla 14: P14. ¿Desea que su empresa continúe generando las mismas utilidades en los próximos 6 meses?

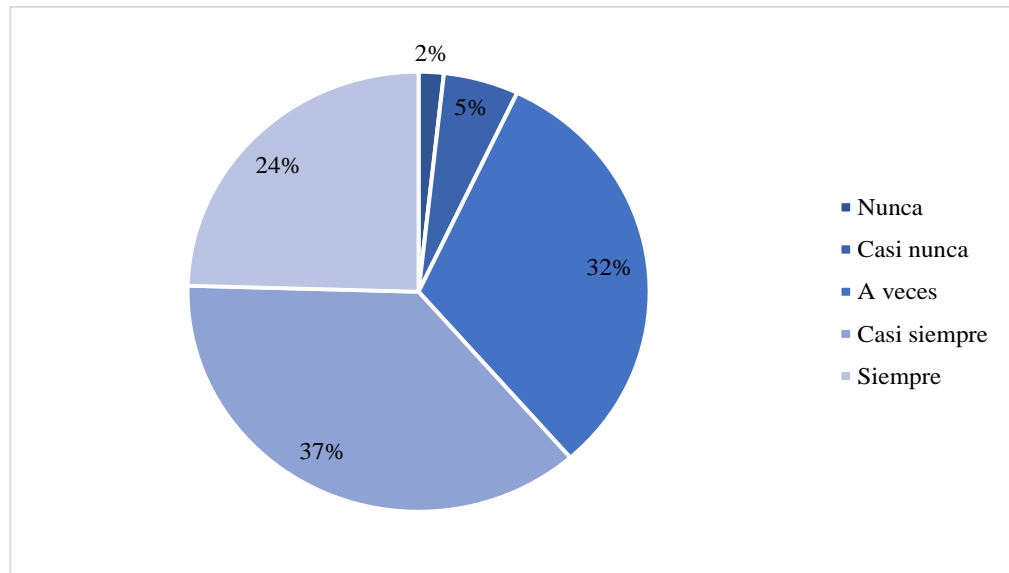
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	3	5%
A veces	18	32%
Casi siempre	21	37%
Siempre	14	25%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 32. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P14. ¿Desea que su empresa continúe generando las mismas utilidades en los próximos 6 meses?



Fuente: Elaboración propia

Figura 33. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P14. ¿Desea que su empresa continúe generando las mismas utilidades en los próximos 6 meses?

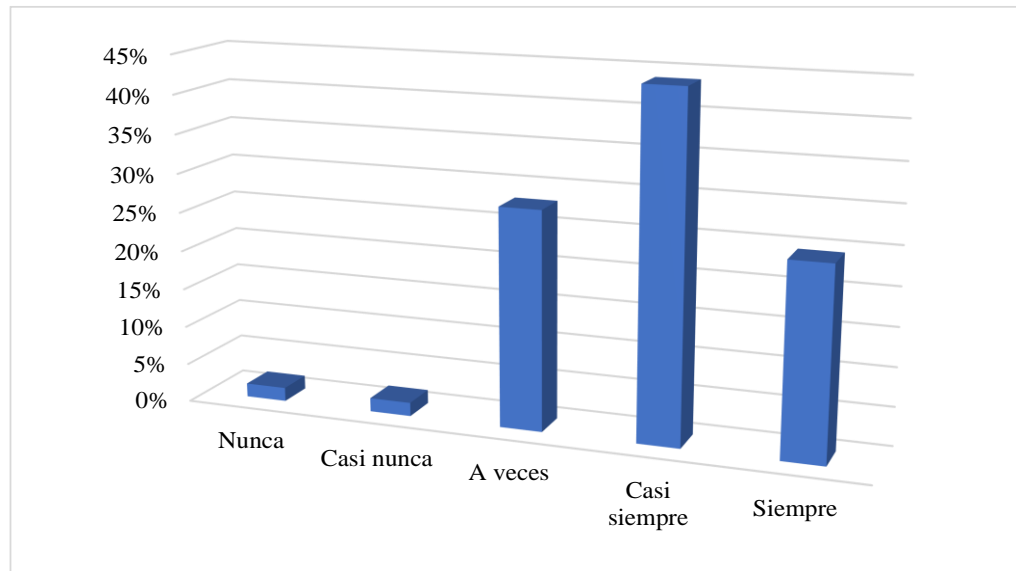
Interpretación:

De acuerdo con la tabla 14 y las figuras 32 y 33, en base a los datos recolectados para la pregunta 14 perteneciente al indicador Sostenibilidad en el horizonte temporal. Se pudo observar que el 25% señala que siempre espera que su empresa siga generando las mismas utilidades en los próximos 6 meses, mientras que el 37% casi siempre, con una opinión intermedia del 32% de la muestra y un 7% revela que casi nunca y nunca desea que su empresa continúe generando las mismas utilidades en un corto plazo.

Tabla 15: P15. Si conociera la situación contable de su empresa, ¿cree usted que mejorarían sus utilidades?

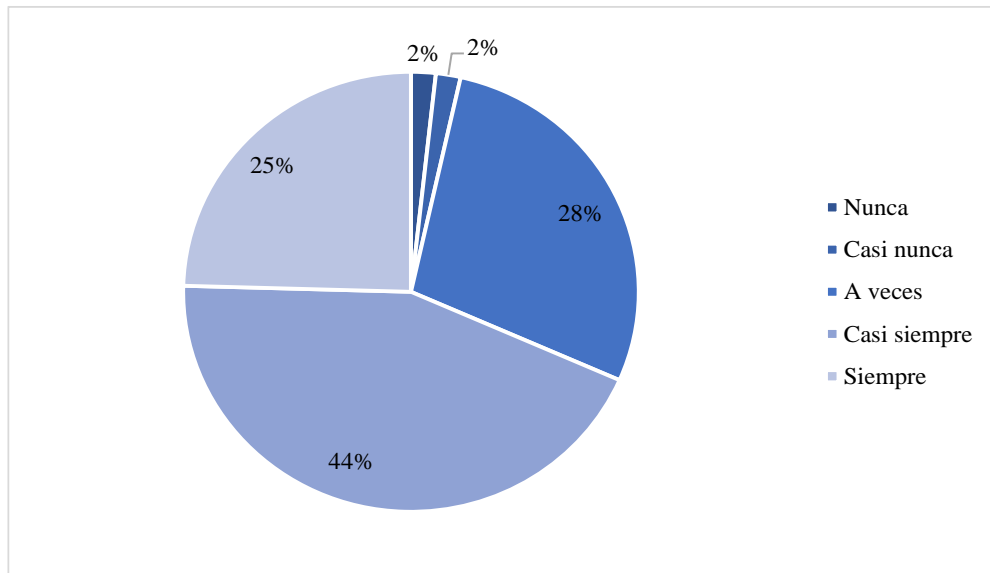
	frecuencia	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	1	2%
A veces	16	28%
Casi siempre	25	44%
Siempre	14	25%
Total	57	100%

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 34. Distribución de las frecuencias relativas de las categorías asignadas a las respuestas de la pregunta P15: Si conociera la situación contable de su empresa, ¿cree usted que mejorarían sus utilidades?



Fuente: Elaboración propia

Figura 35. Distribución porcentual de las respuestas obtenidas de la pregunta P15: Si conociera la situación contable de su empresa, ¿cree usted que mejorarían sus utilidades?

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 15 y las figuras 34 y 35, en base a los datos recolectados para la pregunta 15 perteneciente al indicador Sostenibilidad en el horizonte temporal. Se observa que el 25% señala que siempre cree que si conociera su situación contable sus utilidades mejorarían, mientras que el 44% casi siempre, con una opinión intermedia del 28% de la muestra y un 4% revela que casi nunca y nunca creen lo contrario.

4.3. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

4.3.1. Contraste de la hipótesis específica 1

Considerando las proposiciones formuladas anteriormente, podemos plantear nuestras hipótesis científicas nula (H_0) y alterna (H_a):

H_0 : Existe la factibilidad técnica y legal para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para sólo hasta el 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

H_a : Existe la factibilidad técnica y legal para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

Se está considerando una proporción de 50% (0.5) como proporción poblacional hipotética (p_0) por lo que nuestras hipótesis estadísticas nula y alterna tendrían la siguiente forma:

$$H_0 : p \leq 0.5 \quad ; \quad H_a : p > 0.5$$

El contraste de dichas hipótesis lo realizamos a través de la prueba para la proporción poblacional basada en la distribución normal estándar, ya que para nuestra muestra $n = 57 (> 30)$, por lo que es aplicable la prueba normal de cola derecha empleando valores críticos y con z como estadístico de prueba.

La proporción muestral obtenida mediante nuestro trabajo de campo resultó ser $\bar{p} = 0.5716$ tal como se puede apreciar en la tabla siguiente:

Tabla 16. Porcentaje de empresas que son compatibles técnica y legalmente para brindarles el servicio de asesoría contable.

DIMENSIÓN	INDICADORES	% RESPUESTAS OBTENIDAS				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
FACTIBILIDAD TÉCNICA Y LEGAL	Disponibilidad de recurso humano	1.75%	5.26%	28.07%	49.12%	15.79%
		1.75%	3.51%	31.58%	54.39%	8.77%
	Accesibilidad de las TICs necesarias	26.32%	12.28%	36.84%	15.79%	8.77%
		31.58%	42.11%	21.05%	3.51%	1.75%
	Disposiciones legales restrictivas	1.75%	3.51%	15.79%	40.35%	38.60%
19.30%		14.04%	54.39%	10.53%	1.75%	
PROMEDIO		13.74%	13.45%	31.29%	28.95%	12.57%
ACUMULADO		DESFAVORABLE			FAVORABLE	
		42.84%			57.16%	

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, obtendremos su error estándar a partir de la fórmula:

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{p_0(1 - p_0)}{n}}$$

Fuente: Anderson, Sweeney y Williams (2008).

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{0.5(1 - 0.5)}{57}} = 0.0662$$

Considerando un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, el valor crítico que corresponde a un área de 0.05 en la cola superior de una distribución de probabilidad normal es de $z_{0.05} = 1.645$

La regla de rechazo empleando el método del valor crítico es rechazar H_0 si se tiene que $z > 1.645$

Dado que tanto $np_0 \geq 5$ como $n(1 - p_0) \geq 5$, la distribución muestral de \bar{p} puede aproximarse mediante una distribución normal. Bajo estas condiciones, el estadístico de prueba a utilizar será (z) y se le calculará empleando la fórmula:

$$z = \frac{\bar{p} - p_0}{\sigma_p}$$

Fuente: Anderson, Sweeney y Williams (2008).

$$z = \frac{0.5716 - 0.5}{0.0662} = 1.08$$

Como en nuestro caso $z = 1.08 < 1.645$, por lo que no existe suficiente evidencia empírica para poder rechazar H_0 .

4.3.2 Contraste de la hipótesis específica 2

Considerando las proposiciones formuladas anteriormente, podemos plantear nuestras hipótesis científicas nula (H_0) y alterna (H_a):

H_0 : Existe la factibilidad económica para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para sólo hasta el 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

H_a : Existe la factibilidad económica para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

Se está considerando una proporción de 50% (0.5) como proporción poblacional hipotética (p_0) por lo que nuestras hipótesis estadísticas nula y alterna tendrían la siguiente forma:

$$H_0 : p \leq 0.5 \quad ; \quad H_a : p > 0.5$$

El contraste lo realizamos a través de la prueba para la proporción poblacional basada en la distribución normal estándar, ya que para nuestra muestra $n = 57 (> 30)$, por lo que es aplicable la prueba normal de cola derecha empleando valores críticos y con z como estadístico de prueba.

La proporción muestral obtenida mediante nuestro trabajo de campo resultó ser $\bar{p} = 0.8180$ tal como se puede apreciar en la tabla siguiente:

Tabla 17. Porcentaje de empresas que poseen compatibilidad económica para brindarles el servicio de asesoría contable.

DIMENSIÓN	INDICADORES	% RESPUESTAS OBTENIDAS				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
FACTIBILIDAD ECONÓMICA	Disponibilidad de capital	1.75%	3.51%	19.30%	54.39%	21.05%
		1.75%	3.51%	31.58%	36.84%	26.32%
	Costos e ingresos proyectados	5.26%	8.77%	15.79%	45.61%	24.56%
		1.75%	7.02%	12.28%	42.11%	36.84%
PROMEDIO		2.63%	5.70%	19.74%	44.74%	27.19%
ACUMULADO		DESFAVORABLE			FAVORABLE	
		18.20%			81.80%	

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, obtendremos su error estándar a partir de la fórmula:

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{p_0(1-p_0)}{n}} = \sqrt{\frac{0.5(1-0.5)}{57}} = 0.0662$$

Dado que tanto $np_0 \geq 5$ como $n(1-p_0) \geq 5$, la distribución muestral de \bar{p} puede aproximarse mediante una distribución normal. Bajo estas condiciones, el estadístico de prueba a utilizar será (z) y se le calculará empleando la fórmula:

$$z = \frac{\bar{p} - p_0}{\sigma_p} = \frac{0.8180 - 0.5}{0.0662} = 4.80$$

Considerando un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, el valor crítico que corresponde a un área de 0.05 en la cola superior de una distribución de probabilidad normal es de $z_{0.05} = 1.645$

La regla de rechazo empleando el método del valor crítico es rechazar H_0 si se tiene que $z > 1.645$

Como en nuestro caso $z = 4.80 > 1.645$, se rechaza H_0 .

4.3.3. Contraste de la hipótesis específica 3

Considerando las proposiciones formuladas anteriormente, podemos plantear nuestras hipótesis científicas nula (H_0) y alterna (H_a):

H_0 : Existe la factibilidad financiera para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para sólo hasta el 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

H_a : Existe la factibilidad financiera para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

Se está considerando una proporción de 50% (0.5) como proporción poblacional hipotética (p_0) por lo que nuestras hipótesis estadísticas nula y alterna tendrían la siguiente forma:

$$H_0 : p \leq 0.5 \quad ; \quad H_a : p > 0.5$$

El contraste lo realizamos a través de la prueba para la proporción poblacional basada en la distribución normal estándar, ya que para nuestra muestra $n = 57 (> 30)$, por lo que es aplicable la prueba normal de cola derecha empleando valores críticos y con z como estadístico de prueba.

Tabla 18. Porcentaje de empresas que poseen compatibilidad financiera para brindarles el servicio de asesoría contable.

DIMENSIÓN	INDICADORES	% RESPUESTAS OBTENIDAS				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
FACTIBILIDAD FINANCIERA	Rentabilidad	3.51%	8.77%	28.07%	42.11%	17.54%
		0.00%	7.02%	19.30%	47.37%	26.32%
		1.75%	5.26%	15.79%	43.86%	33.33%
	Sostenibilidad en el horizonte temporal	1.75%	5.26%	31.58%	36.84%	24.56%
		1.75%	1.75%	28.07%	43.86%	24.56%
PROMEDIO		1.75%	5.61%	24.56%	42.81%	25.26%
ACUMULADO		DESFAVORABLE			FAVORABLE	
		19.65%			80.35%	

Fuente: Elaboración propia

La proporción muestral fue obtenida mediante el trabajo de campo resultó ser $\bar{p} = 0.8035$ tal como se puede apreciar en la tabla anterior.

Asimismo, obtendremos su error estándar a partir de la fórmula:

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{p_0(1 - p_0)}{n}}$$

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{0.5(1 - 0.5)}{57}} = 0.0662$$

Dado que tanto $np_0 \geq 5$ como $n(1 - p_0) \geq 5$, la distribución muestral de \bar{p} puede aproximarse mediante una distribución normal. Bajo estas condiciones, el estadístico de prueba a utilizar será (z) y se le calculará empleando la fórmula:

$$z = \frac{\bar{p} - p_0}{\sigma_p}$$

$$z = \frac{0.8035 - 0.5}{0.0662} = 4.58$$

Considerando un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, el valor crítico que corresponde a un área de 0.05 en la cola superior de una distribución de probabilidad normal es de $z_{0.05} = 1.645$

La regla de rechazo empleando el método del valor crítico es rechazar H_0 si se tiene que $z > 1.645$

Como en nuestro caso $z = 4.58 > 1.645$, se rechaza H_0 .

4.3.4. Contraste de la hipótesis general

En base a nuestra hipótesis general inicial, podemos plantear nuestras hipótesis científicas nula (H_0) y alterna (H_a):

Ho: Existe la factibilidad para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para sólo hasta el 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

Ha: Existe la factibilidad para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

Se está considerando una proporción de 50% (0.5) como proporción poblacional hipotética (p_0) por lo que nuestras hipótesis estadísticas nula y alterna tendrían la siguiente forma:

$$H_0 : p \leq 0.5 \quad ; \quad H_a : p > 0.5$$

El contraste de dichas hipótesis lo realizamos también a través de la prueba para la proporción poblacional basada en la distribución normal estándar, ya que para la muestra analizada se ha trabajado con un tamaño de $n = 57$, que al ser considerablemente numerosa (> 30) puede considerarse que su distribución probabilística es muy similar a la distribución normal, por lo que es aplicable la prueba normal de cola izquierda. Se ha utilizado el criterio del valor crítico tabular (z_{α}) como límite entre la zona de aceptación y de rechazo y además se ha procedido a obtener el respectivo estadístico de prueba (z).

La proporción muestral obtenida mediante nuestro trabajo de campo resultó ser $\bar{p} = 0.7146$ tal como puede observarse en la tabla siguiente.

Tabla 19. Porcentaje de empresas que son compatibles al modelo de negocio para la implementación de un servicio de asesoría contable.

DIMENSIÓN	INDICADORES	% RESPUESTAS OBTENIDAS				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
FACTIBILIDAD TÉCNICA Y LEGAL	Disponibilidad de recurso humano	1.75%	5.26%	28.07%	49.12%	15.79%
		1.75%	3.51%	31.58%	54.39%	8.77%
	Accesibilidad de las TICs necesarias	26.32%	12.28%	36.84%	15.79%	8.77%
		31.58%	42.11%	21.05%	3.51%	1.75%
Disposiciones legales restrictivas	1.75%	3.51%	15.79%	40.35%	38.60%	
	19.30%	14.04%	54.39%	10.53%	1.75%	
FACTIBILIDAD ECONÓMICA	Disponibilidad de capital	1.75%	3.51%	19.30%	54.39%	21.05%
		1.75%	3.51%	31.58%	36.84%	26.32%
	Costos e ingresos proyectados	5.26%	8.77%	15.79%	45.61%	24.56%
		1.75%	7.02%	12.28%	42.11%	36.84%
FACTIBILIDAD FINANCIERA	Rentabilidad	3.51%	8.77%	28.07%	42.11%	17.54%
		0.00%	7.02%	19.30%	47.37%	26.32%
		1.75%	5.26%	15.79%	43.86%	33.33%
	Sostenibilidad en el horizonte temporal	1.75%	5.26%	31.58%	36.84%	24.56%
		1.75%	1.75%	28.07%	43.86%	24.56%
PROMEDIO		6.78%	8.77%	25.96%	37.78%	20.70%
ACUMULADO		DESFAVORABLE			FAVORABLE	
		28.54%			71.46%	

Fuente: Elaboración propia

Dado que tanto $np_0 \geq 5$ como $n(1 - p_0) \geq 5$, la distribución muestral de \bar{p} puede aproximarse mediante una distribución normal. Bajo estas condiciones, el estadístico de prueba a utilizar será (z) y se le calculará empleando la fórmula:

$$z = \frac{\bar{p} - p_0}{\sigma_p} = \frac{0.7146 - 0.5}{0.0662} = 3.24$$

Además obtendremos su error estándar a partir de la fórmula:

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{p_0(1 - p_0)}{n}} = \sqrt{\frac{0.5(1 - 0.5)}{57}} = 0.0662$$

Considerando un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ el valor crítico que corresponde a un área de 0.05 en la cola superior de una distribución de probabilidad normal es de $z_{0.05} = 1.645$

La regla de rechazo empleando el método del valor crítico es rechazar H_0 si se tiene que $z > 1.645$

Como en nuestro caso $z = 3.24 > 1.645$, se rechaza H_0

Dado que la hipótesis general está explicada por las tres hipótesis específicas, al haberse rechazado la hipótesis nula en la mayor parte de ellas, era de esperarse que se rechace también la hipótesis nula general, por lo cual podemos aceptar la hipótesis alterna que propone que existe la factibilidad para implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Al haberse realizado la presente investigación se ha encontrado que un modelo de negocio para una empresa de asesoría contable es compatible con un 71.46% de las Mypes ubicadas en el distrito de Campoverde, habiéndose verificado que existen las factibilidades técnica, legal, económica y financiera para su implementación, lo cual se ha medido consultando sobre las necesidades de los empresarios y en base a la percepción de la calidad de los servicios que reciben actualmente. Si bien es cierto que prácticamente todas las empresas formales del distrito cuentan con algún tipo de asesoría contable, la mayoría de los empresarios (63.24%) han manifestado no estar conformes con dicho servicio debido a la poca interacción con los profesionales que lo brindan y también por la poca confianza que les inspiran puesto que no son empresas que estén domiciliadas dentro del distrito y se percibe poca identificación con los problemas y dificultades locales. Otro factor gravitante para la incursión de una nueva empresa de asesoría contable es el alto grado de informalidad motivado por la ausencia de alguna oficina que oriente a los emprendedores sobre el proceso a seguir para formalizar su negocio.

Al contrastar nuestros resultados con lo obtenido en estudios anteriores hemos encontrado que Fajardo y Giraldo (2016) analizó la posibilidad de implementar un centro de asesoría financiera y tributaria en el barrio Cuba de la ciudad de Guayaquil, encontrando que un 76% de los microempresarios consultados afirmó que de todas maneras haría uso de los servicios del nuevo centro, estando dispuestos a pagar por un servicio de calidad y que lo tengan con la facilidad a acceder en cualquier caso de que la contabilidad de sus negocios se

les complique. En nuestro estudio el porcentaje estimado de preferencia del empresariado local es del 63%, pero se ha de tener en consideración que los rubros principales de las Mypes analizadas son actividades agropecuarias y comercio en pequeña escala por lo que la cultura financiera y tributaria de los encuestados es bastante precaria y está influenciada por temores y subjetividades hacia las entidades fiscalizadoras del Estado.

Podemos también mencionar que los resultados del presente estudio tienen semejanza con los que Morato y Osorio (2017) encontraron analizando Mypes de la ciudad de Chiquinquirá, ya que sus principales actividades económicas vienen a ser la agricultura intensiva, la ganadería menor y el comercio en pequeña y mediana escala; en base a las expectativas y necesidades de estos pequeños empresarios, dichos investigadores indagaron sobre la pertinencia de constituir una empresa especializada en asesoría contable, encontrando que un 63.24% estaba dispuesto a migrar a una nueva empresa siempre que ofrezca un trato mucho más personalizado y atención más rápida. Estas inquietudes también las hemos encontrado en el distrito de Campoverde, logrando y de en el rubro textil, habiendo propuesto utilizar el comercio electrónico para la exportación de sus productos, lo que no fue mayoritariamente apoyado por los artesanos de la ciudad de Cajamarca, presentándose un marcado interés por esta nueva modalidad tan sólo en el 24% de los artesanos empadronados, y al ahondar en los causales del escaso interés, encontró que la mayoría (72%) desconoce totalmente tanto la dinámica como los beneficios del comercio electrónico. Tal como en la presente investigación la limitación para implementar un modelo de negocio que permita emplear

intensivamente el internet no es tanto la falta de cobertura sino el temor de los empresarios motivado por su desconocimiento del tema. La solución sugerida por quienes nos motivaron a esta investigación fue tratar de educar a tales empresarios, brindándoles jornadas de capacitación o visitas técnicas gratuitas para que poco a poco adopten estos nuevos instrumentos, pero a pesar de tal sugerencia continuó la negativa comprendiendo que el problema pasa ya a ser de índole cultural.

Al seguir analizando lo que hallaron otros investigadores nacionales, llamó nuestra atención lo que encontraron Laurie y Surichaqui (2015) quienes realizaron un estudio de mercado para poder determinar la conveniencia de implementar un estudio contable en el distrito de Los Olivos – Lima, ofreciendo a sus potenciales clientes un servicio personalizado y un acompañamiento progresivo para permitirles el acceso a microcréditos de las financieras orientadas a promover las Mypes, encontrando que con este servicio adicional un 87% de los empresarios consultados aseguró que de todas maneras emplearía los servicios de la nueva empresa. En nuestra investigación, al consultar a los empresarios de Campoverde si tienen dificultades con el pago de sus deudas, un mayoritario 77% manifestó que si y añadieron que en caso se les asesore para en el futuro poder acceder a créditos menos costosos, acudirían a solicitar los servicios profesionales de la empresa de asesoría contable incluso si sus precios fueran algo mayores que los de las empresas similares ubicadas en la ciudad de Pucallpa, por lo que se pudo notar que lo que estas personas buscan es que se les ofrezcan servicios innovadores.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. Existe la factibilidad para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

El hecho de haber encontrado que el 71.46% de los empresarios formales de Campoverde no están conformes con los servicios y/o modelos de negocio de las empresas existentes, permite inferir que existe un numeroso mercado potencial para una empresa con un nuevo modelo de negocio, por lo que al analizar más a detalle las razones de tal inconformidad, se ha encontrado que se debe principalmente a que las empresas de asesoría contable están ubicadas en la ciudad de Pucallpa lo que les acarrea dificultades para viajar y contactar a los profesionales requeridos. A este hallazgo lo podemos reforzar con los resultados del contraste de la hipótesis general lo que ha dado como resultado el rechazo de la hipótesis nula con una holgura apreciable del estadístico de prueba con respecto al valor crítico tabular, por lo que la conclusión hecha líneas arriba posee contundencia científica.

2. No existen las condiciones suficientes para considerar que sea factible técnica y legalmente un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

Del análisis de los resultados de la encuesta, se ha podido observar que las factibilidades legal y técnica son los aspectos más limitantes en el distrito de Campoverde, por temas como la precaria conectividad a internet y los burocráticos procesos para la obtención de la licencia municipal. Se ha encontrado que el 57.16% de los empresarios encuestados manifiestan que desean migrar a otra empresa de asesoría contable, lo que permitiría contar con un mercado potencial muy atractivo pero no es significativamente mayor al 50% que se estimó como proporción hipotética, a esto habría que añadirle el hecho de que siempre existe un diferencial entre lo que las personas refieren en los sondeos y lo que se llega a producir realmente, por lo que en las condiciones actuales (año 2020) no se tendría la suficiente evidencia empírica para afirmar en forma contundente que existe la factibilidad técnica y legal para la implementación exitosa de una empresa de asesoría contable.

- 3.** Existe la factibilidad económica para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

La mayoría de los empresarios encuestados (81.80%) manifiesta estar dispuesto a pagar los precios de los servicios de asesoría contable si éstos son de calidad y además les generen tranquilidad ante las multas u otras sanciones que impone la SUNAT. El hecho de tener un porcentaje tan elevado refleja que los servicios actuales no están siendo de su agrado y por ello están dispuestos a pagar incluso un poco más de las tarifas actuales siempre y cuando lo gastado

en asesoría contable se revierta en un ahorro en el pago de impuestos o información oportuna que les ayude a corregir ciertas malas prácticas que les genera pérdidas económicas.

4. Existe la factibilidad financiera para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.

A pesar que el año 2020 se han dado acontecimientos inesperados tales como el confinamiento forzado y la recesión económica, en distritos con población pequeña y dedicada mayoritariamente a la producción agrícola, los efectos post cuarentena no se vienen percibiendo como en las grandes urbes; el desempleo ha tenido una caída mínima casi imperceptible y la dinámica comercial es casi la misma que se tuvo en la situación anterior a la llegada del Covid 19. Estos aspectos hacen que felizmente la situación financiera de las PYMES de Campoverde sea alentadora y ello también se refleja en los resultados del presente estudio ya que se ha encontrado que un 80.35% de los empresarios encuestados estaría interesado en recibir asesoramiento para nuevos emprendimientos o para hacer crecer el negocio actual, lo que ayuda a confirmar lo encontrado en la presente investigación acerca de que en caso de implementarse una empresa de asesoría contable, el modelo de negocio propuesto permitiría capturar de los mismos usuarios hasta un 60% de los fondos necesarios.

5.2. RECOMENDACIONES

- 1.** Habiéndose encontrado que el modelo de negocio propuesto para implementar una empresa de asesoría contable es factible para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020, se recomienda adaptar el modelo para otras empresas similares ubicadas en otros distritos periféricos en los que se tiene un importante movimiento comercial pero que existe carencia de servicios profesionales en temas de contabilidad y tributación.
- 2.** El hecho de que en la actualidad no se tenga evidencia empírica suficiente que permita determinar la factibilidad técnica y legal que a su vez nos permita orientar el modelo de negocio hacia más del 50% de las empresas del distrito de Campoverde, puede ser explicado en parte por las restricciones sanitarias que ralentizaron en movimiento comercial, por lo cual se recomienda volver a realizar el estudio cuando las medidas sanitarias por el tema del Covid 19 hayan cesado por completo, presumiendo que para tales nuevas circunstancias la factibilidad técnica y legal resultará contundente.
- 3.** Al haberse encontrado que más del 80% de las Mypes del distrito de Campoverde están inconformes con los servicios contables recibidos, debido a que como consecuencia de la escasa y poco clara información que les brindan sobre la situación contable de su empresa, los resultados económicos no son satisfactorios y muchas veces toman conocimiento de ello cuando se tienen encima problemas muy difíciles de revertir, se recomienda impulsar y poner en práctica el modelo de negocio propuesto para de esa forma ayudar a toda esta

masa crítica de empresarios que están desde hace buen tiempo en la búsqueda de un servicio acorde a sus necesidades.

4. La presente investigación ha determinado que sólo un 20% de los micro y pequeños empresarios asentados en el distrito de Campoverde conocen al menos de manera referencial la información financiera relevante para la administración de sus negocios, es por esta razón que se recomienda implementar una empresa de asesoría contable que logre corregir estas deficiencias empleando para ello el modelo de negocio propuesto en el presente estudio, el cual está basado en el modelo Canvas que le da énfasis a la creación y captura de valor a través de los productos y/o servicios generados. Por su enfoque novedoso y estructura organizativa muy práctica, el modelo de negocio planteado se adaptaría con facilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, D.; Sweeney, D. y Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía*. (10ma. ed.). México DF, México: Editorial Cengage Learning.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. (6ta. ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Backer, M., Jacobsen, J. y Ramirez, D. (2000). *Contabilidad de costos. Un enfoque administrativo para la toma de decisiones*. (2da ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Bernal C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra. Ed.). Bogotá, Colombia: Editorial Pearson Educación.
- Bóveda J., Oviedo A. y Yakusik A. (2015) *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio*. Asunción, Paraguay: Ediciones Productiva.
- Burneo, S. (2016). *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión* (tesis de pregrado). La Habana, Cuba: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría.
- Davenport, T., Leibold, M. & Voelpel, S. (2006). *Strategic Management in the Innovation Economy: Strategy Approaches and Tools for Dynamic Innovation Capabilities*. Erlangen, Alemania: Publicis Wiley.
- Fajardo, M. y Giraldo, D. (2016). *Diseño de propuesta de creación del centro de asesoría administrativa, financiera, tributaria en la Universidad Politécnica*

- Salesiana, sede Guayaquil dirigido a los microempresarios del Barrio Cuba* (tesis de postgrado). Guayaquil, Ecuador. Universidad Politécnica Salesiana.
- Freeman, R. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.
- Freire, H. y Díaz, J. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una oficina de asesoría tributaria y contable en el Cantón Naranjito* (tesis de pregrado). Ecuador. Universidad Estatal de Milagro.
- Gamito, L.; González, C. y Martínez, H. (2010). *Planes de negocio identificando el futuro*. Sevilla, España: Ediciones de la Escuela de Organización Industrial.
- García, R. y Pizarro, S. (2015). *Plan de negocio para la creación de un estudio contable, año 2017* (tesis de pregrado). Tarapoto, Perú. Universidad Científica del Perú.
- George, G. y Bock, J. (2011). *The business model in practice and its implications for entrepreneurship research*. E.E.U.U. Entrepreneurship theory and practice.
- Gómez S. (2012). *Metodología de la investigación*. México DF, México: Ediciones Red Tercer Milenio.
- Hernández, L y Rodríguez, S. (2002). *Administración: pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF, México: Editorial Mc Graw Hill

- Herrera, B. (2017). *Análisis estructural de las MYPEs*, Quipukamayoc - Revista de la Facultad de Ciencias Contables UNMSM. Lima, Perú.
- Kotler, P., Armstrong, G., Dionisio C. y Cruz I. (2004). *Marketing*. (10ma ed.) Madrid: Pearson Educación.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2006). *Principles of marketing*. (11th ed.) Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Krugman, R., y Wells, R. (2012). *Introducción a la economía: Microeconomía*. Barcelona: Reverté.
- Lambin, J., Gallucci, C., y Sicurello, C. (2009). *Dirección de Marketing*. México DF, México: Editorial Mc Graw Hil.
- Laurie, C. y Surichaqui, M. (2015). *Implementación del estudio contable L&S SAC en el distrito de Los Olivos* (tesis de postgrado). Lima, Perú. Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- Lossio, D. (2016). *Plan de negocio para una consultora de pequeñas y medianas empresas en el Perú* (tesis de postgrado). Lima, Perú. Universidad de Piura.
- Longenecker J., Petty W., Palich L., F., (2012). *Small Business Management: Launching & Growing Entrepreneurial Ventures*. (16th edition). New York, E.E.U.U: Editorial Cengage Learning.

- Meigs, R., Williams, J., Haka, S., Bettner, M., Arango, G. y Cardona, J. (2000). *Contabilidad: la base para decisiones gerenciales*. (11a ed.). Santafé de Bogotá: Editorial McGraw-Hill.
- Merino, O. (2019). *¿Qué es el impuesto a la renta?* Recuperado de: <http://rankia/sunat-impuestos/2496526-que-impuesto-renta#:~:text=El%20impuesto%20a%20la%20renta>.
- Meza J. (2016). *Evaluación financiera de proyectos*. (4ta. Ed.). Cartagena, Colombia: Ediciones ECOE.
- Ministerio de la Producción (2013). *Decreto Supremo 013 del 2013 – PRODUCE. Artículo 4.- Definición de la Micro y Pequeña Empresa*. Lima, Perú: Ediciones Produce.
- Mollá, A. Berenguer, G, Gómez, M. y Quintanilla, I. (2006). *El comportamiento del consumidor*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Morato, L. y Osorio, L. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoría contable, tributaria y financiera a nivel público y privado en la ciudad de Chiquinquirá* (tesis de pregrado). Chiquinquirá, Colombia. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Osterwalder A. y Pigneur Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Editorial Grupo Planeta.

- Osterwalder, A., Pigneur, Y., y Vázquez, L. (2012). *Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.
- Osterwalder, A, Pigneur, Y. Bernarda, G. y Smith, A. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Recuperado de: <https://www.overdrive.com/search?q=36692D22-5611-4CF7-B24C850DD7022D40>.
- Ricart, J. (2009). *Modelo de negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica*. España: Universia Business Review.
- Rivero, F., Ávila M. y Quintana L. (2001). *La promoción integral de la microempresa; Guía de mercadeo para las organizaciones promotoras*. Madrid, España: Editorial Popular.
- Rojas J. y Roca F. (2014). *Evaluación de proyectos para emprendedores*. (2da. ed.). Cd. Guatemala, Guatemala: Editorial Reviews
- RSM Perú (2019). *Cómo inyectar liquidez en compañías vinculadas*. Recuperado de: <https://www.rsm.global/peru/es/aportes/blog-rsm-peru/como-inyectar-liquidez-en-companias-con-empresas-vinculadas>

Saavedra P. (2017). *Metodología de investigación*. Huancayo, Perú: Editorial Soluciones Gráficas.

SAGE (2018). *Soluciones contables para un mejor desempeño empresarial*. Recuperado de <https://www.sage.com/es-es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/2018/11/presentacion-resultados-fy18/>

Stanton, W. J., Etzel, M. J. y Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT (2019). *Características de las micro y pequeñas empresas*. Lima, Perú. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT (2019). *Tasa y operaciones grabadas IGV*. Recuperado de: <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo>.

Teece, D. J. (2010). *Business models, business strategy and innovation*. Long Range Planning,

Weinberger, K., (2009). *Plan de negocios*. Lima, Perú: Ediciones USAID/PERÚ/MYPE COMPETITIVA.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MODELO DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE PARA LAS MYPES DEL DISTRITO DE CAMPOVERDE, PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO - AÑO 2020				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
			VARIABLE ÚNICA	
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE	TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada, Transversal (Bernal, 2010)
¿Es factible un modelo de negocio para la implementación de una empresa de asesoría contable para las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020?	Determinar si es factible un modelo de negocio para la implementación de una empresa de asesoría contable dirigida para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.	Existe la factibilidad para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.		NIVEL DE INVESTIGACIÓN Exploratorio descriptivo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)
PROBLEMA ESPECÍFICO N° 1	OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1	HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 1		MÉTODO DE INVESTIGACIÓN Hipotético deductivo (Saavedra, 2017)
¿Existe la factibilidad técnica y legal para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.	Determinar si existe la factibilidad técnica y legal de un modelo de negocio para implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.	Existe la factibilidad técnica y legal para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.		DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN No experimental (Hernández et al, 2014)
PROBLEMA ESPECÍFICO N° 2	OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2	HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2		POBLACIÓN Y MUESTRA Población: Todas las micro y pequeñas empresas formales domiciliadas en el distrito de Campoverde. Muestra: 57 Mypes con domicilio fiscal en el distrito de Campoverde. (muestreo aleatorio simple)
¿Existe la factibilidad económica para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.	Determinar si existe la factibilidad económica de un modelo de negocio para implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.	Existe la factibilidad económica para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.		TÉCNICA: Encuesta y análisis documental
PROBLEMA ESPECÍFICO N° 3	OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3	HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 3		INSTRUMENTO: Cuestionario y ficha de recolección de datos
¿Existe la factibilidad financiera para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.	Determinar si existe la factibilidad financiera de un modelo de negocio para implementar una empresa de asesoría contable dirigida a más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.	Existe la factibilidad financiera para un modelo de negocio que permita implementar una empresa de asesoría contable para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde durante el año 2020.		

**ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
(CUESTIONARIO)**

MODELO DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE PARA LAS MYPES DEL DISTRITO DE CAMPOVERDE, PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO - AÑO 2020					
N°		Encuestador:			
Objetivo.-	Determinar si es factible un modelo de negocio para la implementación de una empresa de asesoría contable dirigida para más del 50% de las MYPES del distrito de Campoverde, durante el año 2020.				
PREGUNTAS ESPECIFICAS					
Instrucciones	Como verá, en los diferentes aspectos, usted sirvase responder marcando, con un aspa, un numeral entre el 1 y el 5, siendo equivalente a:				
	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
P1. ¿Ha requerido usted algún tipo de asesoramiento en el área contable y/o tributaria durante el ultimo año?	1	2	3	4	5
P2. ¿Utiliza usted los servicios de terceros para llevar la contabilidad de su negocio?	1	2	3	4	5
P3. ¿ Su empresa usa alguna red social o pagina web para promocionar sus productos?	1	2	3	4	5
P4. ¿Realiza compras a traves de internet ya sea de materia primas primas, insumos u otros productos?	1	2	3	4	5
P5. ¿Ha tenido alguna inconformidad con las disposiciones legales de la SUNAT?	1	2	3	4	5
P6. ¿Le han informado sobre las modificaciones de los regimenes tributarios vigentes?	1	2	3	4	5
P7. ¿Ha financiado su negocio mediante una deuda con alguna institucion financiera?	1	2	3	4	5
P8. ¿Tiene algun tipo de problema en el pago de sus deudas?	1	2	3	4	5
P9. ¿Ha tenido necesidad de conocer con exactitud los costos de su empresa en los ultimos 6 meses?	1	2	3	4	5
P10. ¿Le interesa proyectar los ingresos de su empresa en los proximos 6 meses?	1	2	3	4	5
P11. ¿Cree que es importante calcular las utilidades generadas por su empresa en los ultimos 6 meses?	1	2	3	4	5
P12. ¿Considera que es conveniente estar informado sobre los estados financieros de su empresa?	1	2	3	4	5
P13. ¿Cree que es conveniente conocer cuánto viene pagando en impuestos?	1	2	3	4	5
P14. ¿Desea que su empresa continúe generando las mismas utilidades en los proximos 6 meses?	1	2	3	4	5
P15. Si conociera la situacion contable de su empresa, ¿cree usted que mejorarian sus utilidades?	1	2	3	4	5
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN					

ANEXO 3: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIONES		DIMENSIONES	INDICADORES	FACTORES DE MEDICIÓN
	CONCEPTUAL	OPERACIONAL			
FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA CONTABLE	Es una evaluación que busca demostrar que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, acopiando evidencias de que se ha planificado cuidadosamente y considerando los costos que involucra implementarlo y mantenerlo en funcionamiento. (Gamito, 2010)	Es la posibilidad real de que un negocio inicie sus operaciones y se pueda sostener en el tiempo. Incluye el análisis de las personas y tecnologías disponibles así como de los recursos económicos y financieros con que cuentan los emprendedores. (Weinberger, 2009)	FACTIBILIDAD TÉCNICA Y LEGAL	Disponibilidad de Recurso Humano	Contadores públicos que trabajarán para la empresa
				Accesibilidad de las TICs necesarias	Redes de conectividad existentes
				Disposiciones legales restrictivas	Requisitos para el funcionamiento de una empresa
			FACTIBILIDAD ECONÓMICA	Disponibilidad de capital	Activos líquidos y capacidad de endeudamiento
				Costos e ingresos proyectados	Ratio Beneficio / Costo
			FACTIBILIDAD FINANCIERA	Rentabilidad	Rendimiento sobre la inversión
				Sostenibilidad en el horizonte temporal	Ratios de liquidez

ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



FICHA DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO MEDIANTE EL JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS PERSONALES:

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:
- 1.2. GRADO ACADÉMICO:
- 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA:
- 1.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Modelo de negocio para una empresa de asesoría contable para las Mypes del distrito de Campoverde, Provincia de Coronel Portillo - año 2020
- 1.5. AUTORES DEL INSTRUMENTO:
- 1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

II. ASPECTOS A EVALUAR: (CALIFICACIÓN CUANTITATIVA)

INDICADORES DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-13)	Bueno (14-16)	Muy bueno (17-18)	Excelente (19-20)
01. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					
02. OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observables					
03. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad					
04. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					
05. SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad					
06. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos					
07. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios					
08. COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					
09. METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio					
10. OPORTUNIDAD	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					
Sub Total						
TOTAL						

Leyenda: 01-13 Improcedente, 14-16 Aceptable con recomendación, 17-20 Aceptable

Lugar y Fecha:

Firma y Post – Firma del Experto:.....

DNI:.....

ANEXO 4: CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO

El término confiabilidad está vinculado con la probabilidad de éxito de un sistema, el cual precisamente depende del éxito de sus componentes, el sistema estudiado puede ser un procedimiento operativo con un componente físico con una serie de pasos que deben realizarse de manera adecuada.

Las preguntas del cuestionario están formuladas de forma que logren recopilar la percepción de los micro y pequeños empresarios acerca de los servicios contables que reciben actualmente. Las alternativas para la respuesta se encuentran de manera ordenada; cada alternativa de respuesta se puede cuantificar del 1 al 5, similar a la escala de Likert, de razón que cuanto sea mayor el valor de la alternativa, mayor es la propensión a usar los servicios de una nueva empresa.

La confiabilidad del cuestionario se encuentra determinado a través del cálculo del coeficiente alfa de Cronbach (α) el cual se calcula con la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1}\right) \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2}\right]$$

K : N° de ítems del cuestionario

S_i^2 : Varianza de cada uno de los ítems

S_t^2 : Varianza total (de todos los ítems)

El valor revela el grado de consistencia interna, o sea, muestra la correlación entre cada una de las preguntas.

El valor mínimo aceptable del coeficiente alfa de Cronbach es 0.5; valor que se encuentre por debajo de esta escala usada es tomada en cuenta como baja, pero si el valor es superior a 0.7 indica una fuerte relación entre las preguntas.

Para nuestro cuestionario las 57 hojas de respuestas fueron divididas aleatoriamente en 11 bloques, las cuales los doce primeros bloques tienen 4 y tres últimos bloques 3, de este modo fueron analizadas cada bloque mediante el valor modal para cada ítem. Dichos valores modales se encuentran tabulados de la siguiente manera:

VALIDEZ DEL CUESTIONARIO DE ENCUESTA																
BLOQUES DE ENCUESTA	ITEMS															TOTAL FILA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
BLOQUE 1	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	57
BLOQUE 2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	56
BLOQUE 3	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	54
BLOQUE 4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	46
BLOQUE 5	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	55
BLOQUE 6	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	48
BLOQUE 7	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	50
BLOQUE 8	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	58
BLOQUE 9	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	47
BLOQUE 10	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	54
BLOQUE 11	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	56
BLOQUE 12	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	47
BLOQUE 13	4	5	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	50
BLOQUE 14	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	48
BLOQUE 15	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	48
VARIANZA COLUMNA	0.267	0.457	0.924	0.667	0.267	0.210	0.267	0.210	0.314	0.267	0.257	0.686	0.267	0.267	0.238	17.83
	SUMATORIA DE LAS VARIANZAS DE LAS COLUMNAS =															5.562

Para nuestro cuestionario, $k = 15$, después de procesar los valores modales se obtuvo

como resultado que $S_t^2 = 17.83$; además: $\sum_{i=1}^{15} S_i^2 = 5.562$

Reemplazando dichos datos en la fórmula obtenemos:

$$\alpha = \left(\frac{15}{15-1}\right) \left[1 - \frac{5.562}{17.83}\right] = 0.737$$

El cual revela que nuestro cuestionario como instrumento de recolección tiene una fuerte relación entre las 15 preguntas, así como un alto nivel de validez de criterio.